



**IZVJEŠĆE O IZVRŠENJU
PROGRAMA RADA
TURISTIČKE ZAJEDNICE
GRADA SPLITA ZA 2023.
GODINU**



Split
Tourist Board of Split
TURISTIČKA ZAJEDNICA

Obala Hrvatskog
narodnog preporoda 9
HR – 21000 Split
CROATIA
www.visitsplit.com

1. OSTVARENI TURISTIČKI REZULTATI U 2023. GODINI

Novi podaci iz Svjetskog turističkog barometra, koji svake godine objavljuje Svjetska turistička organizacija (UNWTO), pokazuju da se svjetski turizam u 2023. godini znatno oporavio u fizičkim i financijskim rezultatima. Prema dostupnim podacima i procjenama UNWTO-a za 2023. godinu, procjenjuje se da je 1,3 milijarde turista putovalo svijetom, a turistička industrija ostvarila oko 1,4 milijardi američkih dolara prihoda. Ostvareni broj turista u 2023. godini čini oko 88 posto rezultata iz 2019. godine, a ostvareni prihodi oko 93 posto razine iz te rekordne godine. Stoga UNWTO smatra da je turizam na putu potpunog oporavka i vraćanja na razine iz 2019. godine. U Svjetskom turističkom barometru UNWTO predstavlja učinke sektora u 2023., označivši Bliski istok, Europu i Afriku kao regije s najboljim rezultatima, pri čemu je Bliski Istok jedina svjetska regija koja je nadmašila 2019. za 22 posto u međunarodnim dolascima turista. Europa je i dalje najposjećenija u svijetu, sa više od 50 posto svih dolazaka, a u 2023. je dosegla ukupno 94 posto razine dolazaka turista iz 2019., dok je Afrika na 96 posto. Amerika je na 90 posto međunarodnih dolazaka turista iz 2019., dok su Azija i Pacifik još u većem zaostatku sa 65 posto te razine. Iz UNWTO-a napominju i da dostupni podaci pokazuju da je osim regije Bliskog Istoka i nekoliko 'podregija' prijavilo dvoznamenkasti rast međunarodnih dolazaka u 2023. - južni Mediteran u Europi, Karibi u srednjoj Americi i sjeverna Afrika.

Kada se govori o prognozama rezultata svjetskog turizma u 2024. godini i dostizanju rezultata iz 2019. godine, ponovo se najviše očekuje od Europe, koja bi, po UNWTO-u, mogla potaknuti rezultate s nekoliko važnih događaja. Izdvajaju pritom Rumunjsku i Bugarsku jer bi se u ožujku trebale pridružiti šengenskom području slobodnog kretanja, te Pariz (pa i cijelu Francusku) jer će biti domaćin ljetnih olimpijskih igara u srpnju i kolovozu. Očekuje se i nastavak oporavka putovanja iz SAD-a, kao i da će snažna izvorna tržišta u Europi, Americi i na Bliskom istoku nastaviti poticati turističke tokove i potrošnju u svijetu, uz povećanje zračne povezanosti i jači oporavak azijskih tržišta. To bi sveukupno svjetskom turizmu, prema UNWTO procjenama, moglo donijeti rast od oko dva posto u odnosu na 2019. godinu, odnosno da će rezultati biti puno bolji nego u 2023. godini. Ipak, UNWTO ističe da će se svjetski turizam i u 2024. godini suočiti s kontinuiranim izazovima poput geopolitičkih tenzija

te ekonomskih faktora, kao što su inflacija, visoke kamatne stope, nestabilnost cijena nafte te poremećaji u međunarodnoj trgovini, što će dodatno utjecati na troškove prijevoza i smještaja. Iz UNWTO-a također upozoravaju da bi razvoj sukoba Hamas-Izrael mogao poremetiti putovanja na Bliskom istoku te utjecati na povjerenje putnika, kao i neizvjesnost sukoba na području Ukrajine. Prema analizama UNWTO-a, očekuje se da će turisti u 2024. godini još intenzivnije težiti vrijednosti za uloženi novac te preferirati destinacije koje su geografski bliže njihovom domu. Naglašava se rastuća važnost održivih praksi i fleksibilnosti prilikom odabira putovanja. Istovremeno, nedostatak osoblja u turističkim poduzećima i dalje ostaje kritičan izazov s obzirom na kontinuirano povećanje potražnje.

Prema podacima sustava eVisitor, koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), u Hrvatskoj je u 2023. godini ostvareno više od 20,6 milijuna dolazaka i 107,7 milijuna noćenja, što u odnosu na 2022. predstavlja rast od 9 posto u dolascima i 3 posto u noćenjima. Navedeni ukupni rezultat svih smještajnih kapaciteta u odnosu na 2019. predstavlja izjednačenje rezultata, dok je u samim komercijalnim objektima, odnosno hotelima, kampovima i objektima u domaćinstvu u odnosu na 2019. godinu ostvaren rast u noćenjima od 1,2 posto. Broj dolazaka stranih turista iznosio je 17.789.895 (indeks 110 u usporedbi s 2022. godinom), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 2.823.602 (indeks 107). U 2023. godini na području Hrvatske ostvareno je 94.689.026 noćenja stranih turista (indeks 103), kao i 13.063.619 noćenja domaćih turista (indeks 104).

Promatrajući ostvarena noćenja u 2023. godini prema vrstama smještajnih kapaciteta, u komercijalnom smještaju ostvareno je sveukupno 87% svih noćenja, zatim slijedi nekomercijalni smještaj s udjelom od 10%, dok je promet u nautičkom charteru na razini udjela od 3%. Struktura ostvarenih noćenja u komercijalnim smještaju pokazuje da je hotelski smještaj ostvario 26% prometa, obiteljski smještaj 43% prometa, a kamping segment 23% prometa.

Dolasci i noćenja na području Hrvatske prema vrstama smještajnih kapaciteta

Vrsta objekta	I-XII 2023.		I-XII 2022.		Indeks	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
Hoteli	7.444.383	24.605.724	6.442.024	22.908.801	115,56	107,41
Kampovi	3.359.329	21.043.568	3.187.798	20.798.474	105,38	101,18
Objekti na OPG-u	47.190	183.612	44.135	172.813	106,92	106,25
Objekti u domaćinstvu	6.763.869	39.527.567	6.380.146	39.420.382	106,01	100,27
Ostali ugostiteljski objekti	1.953.493	7.673.837	1.788.258	7.428.347	109,24	103,30
Ostalo	9.251	53.502	8.373	51.779	110,49	103,33
Restorani	2.541	5.496	2.719	4.916	93,45	111,80
Ukupno komercijalni smještaj	19.580.056	93.093.306	17.853.453	90.785.512	109,67	102,54
Nekomercijalni smještaj	488.822	11.029.071	478.667	10.428.951	102,12	105,75
Nautika	544.619	3.630.268	532.973	3.609.783	102,19	100,57
Ukupno	20.613.497	107.752.645	18.865.093	104.824.246	109,27	102,79

Izvor: Hrvatska turistička zajednica (podaci sustava eVisitor + integrirano eCrew)

Kada se turistički rezultat Hrvatske segmentira po županijama, u prošloj je godini najviše noćenja ostvareno u Istri (30 milijuna noćenja, što je +2% u odnosu na 2022.), Splitsko-dalmatinskoj županiji (20,2 milijuna noćenja, što je +3% u odnosu na 2022.) te na Kvarneru (18,5 milijuna noćenja, što je +1% u odnosu na 2022.). Poraste u noćenjima bilježe još i Zadarska županija s 15,2 milijuna realiziranih noćenja, Dubrovačko-neretvanska s 8,6 milijuna realiziranih noćenja te Ličko-senjska županija s 3,4 milijuna realiziranih noćenja. Pritom je u gradu Zagrebu u 2023. godini ostvareno 2,5 milijuna noćenja, što predstavlja rast od +13 posto u odnosu na 2022., dok je na ostatku kontinenta (13 kontinentalnih županija) lani ukupno ostvareno preko 2.6 milijuna noćenja, što također predstavlja rast od +13 posto u odnosu na 2022. godinu. Promatrano prema destinacijama, najviše je noćenja u prošloj godini ostvareno u Rovinju, Dubrovniku, Poreču, Splitu te Umagu. Sagledavajući ukupne pokazatelje noćenja za razdoblje siječanj-prosinac 2023. godine, sve regije, osim šibenske, bilježe rast sveukupnog turističkog prometa u odnosu na usporedivo razdoblje prethodne godine.

Promatrajući ostvarene turističke rezultate prema tržištima, u 2023. godini najviše noćenja ostvarili su gosti s tržišta Njemačke (23,6 milijuna noćenja), Hrvatske (13 milijuna noćenja), Slovenije (10,6 milijuna noćenja), Austrije (8,4 milijuna noćenja), Poljske (6,7 milijuna noćenja), Češke (5,5 milijuna noćenja), Italije (4,2 milijuna noćenja), UK-a (3,7 milijuna noćenja), Mađarske (3,6 milijuna noćenja), Slovačke (3,3 milijuna noćenja) te Nizozemske (3,1 milijun noćenja).

Dolasci i noćenja na području Hrvatske prema županijama u 2023. godini

Županija	Dolasci	Noćenja	Udjel u ukupnom prometu (%)	
			Dolasci	Noćenja
Istra	4.969.413	30.131.654	24,11%	27,96%
Splitsko-dalmatinska	3.873.857	20.192.492	18,79%	18,74%
Kvarner	3.219.050	18.515.133	15,62%	17,18%
Zadarska	2.056.539	15.202.913	9,98%	14,11%
Dubrovačko-neretvanska	2.091.445	8.595.569	10,15%	7,98%
Šibensko-kninska	1.052.360	6.568.933	5,11%	6,10%
Ličko-senjska	766.967	3.397.770	3,72%	3,15%
Grad Zagreb	1.306.799	2.540.057	6,34%	2,36%
Karlovačka	347.083	631.971	1,68%	0,59%
Krapinsko-zagorska	190.485	402.121	0,92%	0,37%
Osječko-baranjska	127.236	272.176	0,62%	0,25%
Zagrebačka	149.069	269.375	0,72%	0,25%
Varaždinska	103.791	246.071	0,50%	0,23%
Međimurska	95.712	221.173	0,46%	0,21%
Vukovarsko-srijemska	95.045	156.373	0,46%	0,15%
Bjelovarsko-bilogorska	31.675	97.009	0,15%	0,09%
Brodsko-posavska	45.121	82.078	0,22%	0,08%
Požeško-slavonska	26.193	69.151	0,13%	0,06%
Sisačko-moslavačka	27.282	68.579	0,13%	0,06%
Koprivničko-križevačka	22.947	59.792	0,11%	0,06%
Virovitičko-podravska	15.428	32.255	0,07%	0,03%
Ukupno	20.613.497	107.752.645	100,00%	100,00%

Izvor: Hrvatska turistička zajednica (podaci sustava eVisitor + integrirano eCrew)

„Top 10“ destinacija Hrvatske prema ukupnom turističkom prometu (mjereno noćenjima) u 2023. godini (komercijalni i nekomercijalni promet)

Destinacija	Noćenja	Dolasci
Rovinj	4.259.384	739.733
Dubrovnik	3.885.709	1.244.302
Poreč	3.457.090	642.543
Umag	3.082.034	559.338
Split	2.971.744	955.588
Medulin	2.815.583	446.653
Vir	2.715.592	163.045
Zagreb	2.541.660	1.307.373
Zadar	2.300.007	615.708
Mali Lošinj	2.223.662	300.454

Izvor: Hrvatska turistička zajednica (podaci sustava eVisitor + integrirano eCrew)

Ukupno gledano, 27% komercijalnih turističkih noćenja u razdoblju siječanj – prosinac 2023. godine ostvareno je temeljem turističkog prometa u organiziranom segmentu, dok se 73% odnosi na individualni segment. U hotelskim smještajnim objektima organizirani segment ostvario je 55% prometa, a individualni 45%. Za obiteljski smještaj udjel organiziranog segmenta iznosio je 14%, a za kampove 27%.

Kroz godine, Split je postao jedno od prepoznatljivih turističkih odredišta Hrvatske zahvaljujući bogatom kulturnom naslijeđu i baštini, posebice UNESCO-ovoj Dioklecijanovoj palači, geografskom položaju, te izvrsnoj povezanosti s UNESCO lokalitetima Salone i Trogira, nacionalnim parkovima Plitvičkim jezerima i Krkom te Splitsko-dalmatinskim otocima. Organizacija festivala elektronske glazbe Ultra Europe, dodatno je pozicionirala grad Split kao atraktivno odredište. Ove ključne odrednice su pridonijele razvoju i rastu gastronomske ponude, proširenju smještajnih kapaciteta i ostalih turističkih sadržaja, što je rezultiralo značajnim porastom broja turista i noćenja u posljednjih 10 godina, čak za 200 %, uspoređujući 2013. godinu s 2023. godinom, ne računajući kratak prekid u 2020. i 2021. godini zbog pandemije bolesti COVID-19.

Broj dolazaka i noćenja domaćih i stranih turista od 2013. do 2023. na području grada Splita

Godina	Domaći turisti		Strani turisti		Ukupno	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
2013.	42.796	88.016	275.261	773.590	318.057	861.606
2014.	44.202	101.288	337.025	944.439	381.227	1.045.727
2015.	51.212	127.857	436.262	1.211.741	487.474	1.339.598
2016.	62.597	151.081	525.582	1.640.428	588.179	1.791.509
2017.	63.930	155.599	674.612	2.076.315	738.542	2.231.914
2018.	73.495	182.241	793.627	2.395.619	867.122	2.577.860
2019.	79.082	197.519	871.478	2.636.197	950.560	2.833.716
2020.	47.365	153.729	161.586	739.323	208.951	893.052
2021.	72.745	205.909	416.910	1.605.167	489.655	1.811.076
2022	87.416	217.961	714.027	2.564.440	801.443	2.782.401
2023.	96.826	229.072	868.579	2.821.317	965.405	3.050.389

Izvor: arhiva i sustav eVisitor

Prema podacima sustava eVisitor, koji sadrži turistički promet ostvaren u komercijalnim i nekomercijalnim objektima te nautičkom charteru (sustav eCrew), na području grada Splita u razdoblju od siječnja do prosinca 2023. godine ostvareno je 965.405 dolazaka i 3.050.389 noćenja, što je 20,46% više dolazaka, odnosno 9.63% više noćenja u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Broj dolazaka stranih turista iznosio je 868.579 (indeks 121,65 u usporedbi s 2022. godinom), dok je broj dolazaka domaćih turista istovremeno iznosio 96.826 (indeks 110,77). Promatrajući ostvarena noćenja, ostvareno je 2.821.317 noćenja stranih turista (indeks 110,02), kao i 229.072 noćenja domaćih turista (indeks 105,10). U nastavku je prikazan turistički promet za svako naselje na području grada Splita.

Dolasci i noćenja na području grada Splita po naseljima

Objekt lokacija Naselje	Noćenja		Indeks noćenja	Dolasci		Indeks dolasci
	2023.	2022.		2023.	2022.	
Donje Sitno	2.796	2.362	118,37	454	301	150,83
Gornje Sitno	5.249	3.407	154,07	653	436	149,77
Kamen	12.461	11.522	108,15	5.763	5.202	110,78
Slatine	158.809	166.350	95,47	19.282	19.596	98,40
Split	2.594.483	2.322.607	111,71	878.506	720.080	122,00
Srinjine	13.763	14.417	95,46	1.896	1.713	110,68
Stobreč	240.781	236.611	101,76	55.471	50.837	109,12
Žrnovnica	22.047	25.125	87,75	3.380	3.278	103,11
Ukupno	3.050.389	2.782.401	109,63	965.405	801.443	120,46

Izvor: sustav eVisitor

Promatrajući turistički promet po mjesecima, najviše noćenja na području grada Splita ostvareno je u kolovozu i srpnju i sveukupno iznosi 1.348.592 noćenja, što čini 44% svih ostvarenih noćenja. Zatim slijede mjeseci lipanj, rujn i svibanj kada je ostvareno sveukupno 1.060.870 noćenja, što čini 35% svih ostvarenih noćenja u 2023. godini.

Promatrajući turistički promet prema tržištima, u prvih deset mjeseci na području grada Splita najviše noćenja ostvareno je s tržišta Ujedinjene Kraljevine (326.410 noćenja), SAD-a (297.124 noćenja), Njemačke (276.296), Hrvatske (229.075 noćenja), Francuske (203.612 noćenja), Nizozemske (164.485 noćenja), Poljske (135.003), Australije (116.392 noćenja), Ukrajine (90.370 noćenja) i Španjolske (78.041 noćenja). Navedena tržišta ostvarila su 62,8% svih noćenja u 2023. godini. U nastavku je tablični prikaz ostvarenog turističkog prometa prema zemlji porijekla turista koji pokazuje prvih 10 emitivnih tržišta prema ostvarenom noćenju.

Dolasci i noćenja prema zemlji porijekla turista na području grada Splita - „Top 10“

Država	Dolasci		Indeks dolasci	Noćenja		Indeks noćenja
	2023.	2022.		2023.	2022.	
Ujedinjena Kraljevina	93.947	85.627	109,72	326.410	306.444	106,52
SAD	124.470	91.295	136,34	297.124	238.495	124,58
Njemačka	69.057	66.115	104,45	276.296	282.864	97,68
Hrvatska	96.828	87.416	110,77	229.075	217.961	105,10
Francuska	58.908	61.922	95,13	203.612	223.939	90,92
Nizozemska	38.399	37.739	101,75	164.485	154.062	106,77
Poljska	27.495	25.517	107,75	135.003	134.034	100,72
Australija	48.661	15.335	317,32	116.392	38.415	302,99
Ukrajina	11.473	9.116	125,86	90.370	107.796	83,83
Španjolska	32.400	28.598	113,29	78.041	67.985	114,79

Izvor: sustav eVisitor

Što se tiče starosti turista, najviše noćenja u prvih deset mjeseci ostvarili su turisti od 25 do 34 godine (696.645 noćenja) i turisti od 18 do 24 godine (650.904 noćenja). U nastavku je dan tablični prikaz dolazaka i noćenja u 2023. godini na području grada Splita prema starosti turista i usporedba s prethodnom godinom.

Dolasci i noćenja na području grada Splita prema starosti turista

Turist Starost	Noćenja		Indeks noćenja	Dolasci		Indeks dolasci
	2023.	2022.		2023.	2022.	
0-5	58.761	60.873	96,53	13.669	12.635	108,18
12-17	157.786	148.387	106,33	39.224	33.315	117,74
18-24	650.904	605.813	107,44	165.917	145.549	113,99
25-34	696.645	709.600	98,17	228.871	215.918	106,00
35-44	432.500	405.774	106,59	145.167	125.699	115,49
45-54	393.966	343.433	114,71	136.003	109.876	123,78
55-64	344.330	267.981	128,49	126.186	87.426	144,33
6-11	85.212	86.255	98,79	21.323	18.748	113,73
65-120	230.285	154.285	149,26	89.045	52.277	170,33
Ukupno	3.050.389	2.782.401	109,63	965.405	801.443	120,46

Izvor: sustav eVisitor

Promatrajući ostvareni turistički promet prema vrstama objekta, od siječnja do prosinca 2023. godine najviše noćenja ostvareno je u objektima u domaćinstvu (1.623.168 noćenja), odnosno 53,2% ukupno ostvarenih noćenja, te u hotelima (755.039 noćenja), što je 24,7% ukupno ostvarenih noćenja, a koji bilježe povećanje od 20% u noćenjima u odnosu na prošlu godinu. U nastavku je tablični prikaz ostvarenih noćenja od siječnja do prosinca 2023. godine na području grada Splita prema vrstama objekta i usporedba s istim razdobljem prošle godine.

Ostvarena noćenja na području grada Splita prema vrsti objekta

Objekt Vrsta objekta	Noćenja		Indeks noćenja	Udio noćenja	
	2023.	2022.		2023.	2022.
Hoteli	755.039	631.102	119,64	24,75%	22,68%
Kampovi	148.284	139.933	105,97	4,86%	5,03%
Nekomercijalni smještaj	28.498	35.648	79,94	0,93%	1,28%
Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)	10	0	0,00	0,00%	0,00%
Objekti u domaćinstvu	1.623.168	1.558.018	104,18	53,21%	56,00%
Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)	495.390	417.700	118,60	16,24%	15,01%
Ukupno	3.050.389	2.782.401	109,63	100,00%	100,00%

Izvor: sustav eVisitor

Grad Split bilježi konzistentan rast turističkog prometa u proteklom desetljeću, izuzimajući prekid u 2020. i 2021. godini zbog pandemije COVID-19, što je jasan pokazatelj stabilnosti i privlačnosti destinacije. Značajno sudjelovanje stranih turista u ukupnom broju noćenja potvrđuje internacionalizaciju turističkog tržišta Splita. Tržišta poput Ujedinjene Kraljevine, SAD-a, Njemačke i Australije ostvaruju značajan udio u ukupnom turističkom prometu, što ukazuje na globalnu privlačnost Splita kao destinacije. Proširenje smještajnih kapaciteta, uključujući objekte u domaćinstvu i hotele, odražava kontinuiranu prilagodbu turističke infrastrukture rastućim potrebama turista. Povećanje noćenja u hotelima za 20% u usporedbi s prethodnom godinom sugerira rastuću kvalitetu i raznolikost smještajnih opcija. Koncentracija većeg dijela noćenja u ljetnim mjesecima, posebice u kolovozu i srpnju, ukazuje na sezonsku prirodu turizma u Splitu. Unatoč tome, postoji potencijal za promicanje

turističke aktivnosti i izvan glavne turističke sezone radi ravnomjernijeg rasporeda turističkih tokova tijekom cijele godine. U cjelini, turistički rezultati Splita u 2023. godini pokazuju stabilan i održiv rast, potvrđujući grad kao atraktivnu destinaciju s bogatom ponudom za raznolike profile posjetitelja. Ključni izazovi za budućnost uključuju održavanje kvalitete turističke ponude, upravljanje sezonskom koncentracijom te očuvanje kulturnog i prirodnog naslijeđa u skladu s principima održivog turizma.

Ured direktora/ice u 2023. godini nastavio je organizirati i rukovoditi radom i poslovanjem Turističkog ureda s ciljem ostvarenja Programa rada i financijskog plana Turističke zajednice grada Splita (TZGS) za 2023. godinu. Ured direktora/ice pripremao je materijale za rad tijela TZGS-a (Turističko vijeće i Skupština). Direktorica je sudjelovala u radu Turističkog vijeća te provodila odluke istog. Direktorica je koordinirala suradnju s Gradom Splitom, Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, glavnim uredom Hrvatske turističke zajednice (HTZ), Ministarstvom turizma i sporta Republike Hrvatske (MINTS), Institutom za turizam Zagreb i ostalim za turizam značajnim institucijama. Ured direktorice ostvario je uspješnu suradnju s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije kroz projekte edukacije ključnih dionika, suorganizacijom studijskih putovanja i suradnjom na projektima udruženog oglašavanja, dok se posebno ističe suradnja u pokretanju *projekta Dalmatinska marena* i *projekta Razvoj cikloturizma na području splitske rivijere*. Uspješna suradnja ostvarena je i s lokalnim turističkim zajednicama u okruženju, poput suradnje na projektu *Welcome desk u Zračnoj luci Split* i razvoja biciklističkih proizvoda na području Splitske rivijere. Od suradnje s domaćim dionicima posebno se ističe suradnja i partnerstvo s Hrvatskom gospodarskom komorom – Županijskom komorom Split (HGK Split) u organizaciji turističkog skupa „*Forum obiteljskog smještaja*“, koji se održao s ciljem udruživanja i educiranja subjekata obiteljskog smještaja i spajanje istih sa relevantnim gospodarskim subjektima s kojima mogu surađivati kako bi unaprijedili kvalitetu svojih usluga, i regionalne konferencije turizma "*Održivost - nova vrijednost*". Ured direktorice je u suradnji s HGK Split i Hrvatskom gorskom službom za spašavanje (HGSS) podržao organizaciju i provedbu *edukacija za organizatore turističkih aktivnosti na nepristupačnim područjima*.

Turistička zajednica grada Splita aktivno je sudjelovala u programima relevantnih poslovnih sajmovi i događanja povezanih s turizmom koji su se održali na području grada Splita u 2023. godini, kao što su *Adriatic Gastro Show*, *27. Međunarodni sajam GAST*, *Wine EnoGastro VIP Event*, *II. Kongres obiteljskog smještaja* i *Green Future Conference*. Posebno se ističe podrška u organizaciji i realizaciji edukacije „*Kako p(ostati) održivi Dalmatia Green iznajmljivač?*“, koju je osmislila Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce i koja se provela u okviru 27. Međunarodnog sajma GAST. Ured direktorice pružio je podršku u aktivnostima izrade *Akcijskog plana održivog razvoja turizma Splitsko – dalmatinske županija* kroz aktivno sudjelovanje na radionicama i sastancima. Turistička zajednica grada Splita podržala je i sudjelovala u provedbi istraživanja, koji su provodili HTZ i Institut za turizam Zagreb, pod nazivom *Istraživanje karakteristika obiteljskog/privatnog smještaja*, što je prvi korak projekta pokretanja sustava dodjele oznaka kvalitete za obiteljski/privatni smještaj (sobe, apartmani, kuće i vile u vlasništvu fizičkih i pravnih osoba) u Hrvatskoj. Turistička zajednica grada Split partner je na projektu „*Karijera za zeleni i održivi turizam*“, koji provodi Udruga za prirodu, okoliš i održivi razvoj Sunce zajedno s Udrugom Infozona i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, a cilj projekta je osiguranje dostatnog, kvalificiranog i kompetentnog kadra kako bi se razvijao održivi i pristupačni turizam. Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je na panel raspravi „*Turizam u Splitu 2023. - Važnost suradnje javnog i privatnog sektora u procesu upravljanja gradom Splitom kao turističkom destinacijom*“ u okviru tematske sjednice strukovnih grupa turističkih djelatnosti Županijske komore Split. TZGS podržala je postavljanje 25 brončanih ploča osvajača medalja na Olimpijskim igrama gluhih i na Paraolimpijskim igrama, koji su nadogradnja projekta TZGS Audio - vodič: Biografije i uspjesi splitskih olimpijaca. Pružena je podrška predstavništvu Hrvatske turističke zajednice u Sloveniji u prezentaciji hrvatske pomorske baštine u okviru izložbe „*Hrvatska – gdje jedra pričaju priče*“.

Ured direktora/ice veliku pozornost posvećuje i suradnji s obrazovnim institucijama u turizmu na području grada Splita. Posebno se ističe suradnja s Turističkom-ugostiteljskom školom Split u okviru „*Projekta uspostave regionalnog centra kompetentnosti u sektoru turizma i ugostiteljstva – FitSplit RCK*“, te podrška Danu karijera Visoke škole Aspira. Realizirani su sljedeći projekti u suradnji s Turističko-ugostiteljskom školom Split: „*Kad ćemo na kavu?*“.

„Svetom Duji u čast puku grada u slast“, „Keep IT Green“, „Dani otvorenih vrata, obrazovanja i karijera FitSplit RCK“, donatorska manifestacija "Darujmo svjetlo" za Udrugu Sanus, europski projekt „Let me be your guide“, te natjecanje "Gastro kreiraj sam". Događanje „Kad ćemo na kavu?“ potaknuo je svijest o poštovanju i očuvanju društveno - kulturne autentičnosti destinacije kroz fenomen uživanja u šalici kave, s obzirom na to da je ritual ispijanja kave uvršten na UNESCO-vu listu nematerijalnih dobara u svijetu. U okviru ovog događanja organizirano je besplatno dijeljenje kave i pralina građanima i turistima. „Keep IT Green“ je projekt Turističko – ugostiteljske i Elektrotehničke škole Split u okviru kojega je izrađena mobilna aplikacija koja prikazuje sve kulturne, prirodne i sportsko-rekreacijske ljepote Park-šume Marjan.

Ured direktora/ice podržao je i druga događanja, kongrese i skupove u destinaciji i okruženju destinacije, pored gore spomenutih, a neki od istaknutijih su: Festival nordijskog hodanja i pješaćenja Split, 46. praznik cvijeća „Flowers & Fashion“, IX. Festival i Međunarodno natjecanje konobara, barista, barmena i restorana Grand Gourmet, XVIII. International Culinary Festival "Biser mora" (Supetar), 16. Festival pričanja priča – Pričigin, 9. Međunarodni kongres povijesnih gradova (Solin), 15. manifestacija Hrvatski dani male brodogradnje i turizma – Croatia Nautic Show (Kaštel Gomilica), 4. Međunarodna znanstvena konferencija pomorskog prava, Međunarodna znanstvena konferencija „Women in Tourism: Lessons Learned or Lessons Forgotten?“, „Dir Velim Mistom“ u čast 100. rođendana velikog splitskog autora brojnih djela Miljenka Smoje, Festival strip kulture – Comicator, elitno svjetsko nautičko natjecanje Swan Croatia Challenge 2023, Teatar uz more, Međunarodno sveučilišno startup natjecanje - STup!2023, dolazak glavnog tajnika Svjetske turističke organizacije (Zurab Pololikashvili), Ljetne čari klasične glazbe, Piano Loop Festival, 4 ljetne noćne izložbe pasa – 4 Summer Night Shows, Split at Night Jazz Festival, Plexus konferencija s participacijom dobitnika Nobelove nagrade, Obilježavanje 100 godina Picigina na Bačvicama, Zelena čistka rijeke Žrnovnice, CRO Race, Splitski festival jedrenja, 11. Međunarodni festival Taste the Mediterranean, Nacionalna biciklistička konferencija, Splitska biciklijada, Festival Mediteranskog filma Split, Split Film Festival.

2. OSTVARENI PRIHODI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA

U nastavku je prikazan pregled ukupnih ostvarenih prihoda u 2023. godini:.

		PRIHODI	Plan 2023.	Rebalans 2023.	Realizacija 2023.	Udio % u realizaciji	Indeks Realizac./Rebal.
1.		Izvorni prihodi	1.953.295	2.046.978	2.502.377	83,10	122
	1.1.	Turistička pristojba	1.194.505	1.194.505	1.317.125	43,74	110
	1.2.	Članarina	758.790	852.473	1.185.252	39,36	139
2.		Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	477.802	480.928	459.834	15,27	96
3.		Prihodi od sustava turističkih zajednica	3.982	3.982	3.500	0,12	88
4.		Prihodi iz EU fondova	53.089	53.089	37.267	1,24	70
5.		Prihodi od gospodarske djelatnosti	9.290	9.291	8.282	0,28	89
6.		Preneseni prihod iz prethodne godine	79.634	0	0	0,00	
7.		Ostali prihodi	133	133	1	0,00	1
		SVEUKUPNO	2.577.225	2.594.400	3.011.261	100,00	116

Polazne osnove za planiranje i ostvarenje prihoda Turističke zajednice grada Splita su:

- Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19; NN 42/20),
- Zakon o članarinama u turističkim zajednicama (NN 52/19; NN 144/20) i
- Zakon o turističkoj pristojbi (NN 52/19; NN 32/20; NN 42/20).

Sukladno čl. 59. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, prihodi Turističke zajednice grada Splita su:

- turistička pristojba, sukladno posebnom propisu koji uređuje turističku pristojbu,
- članarina, sukladno posebnom propisu koji uređuje članarine u turističkim zajednicama,

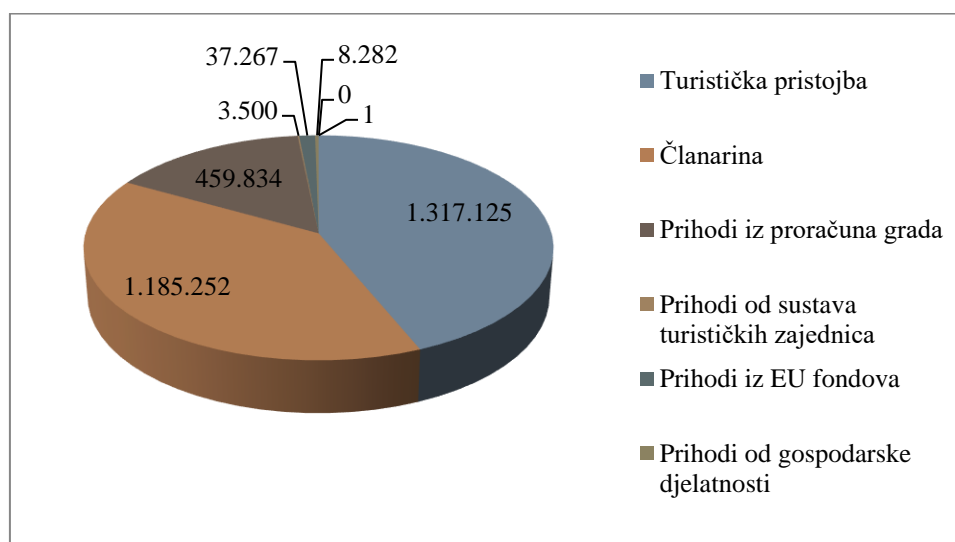
- prihodi od obavljanja gospodarske aktivnosti,
- prihodi iz proračuna jedinice lokalne samouprave i područne (regionalne) samouprave,
- prihodi od drugih aktivnosti (sufinanciranja višeg i nižeg ustroja turističkih zajednica),
- fondova Europske unije i drugih fondova.

Godišnjim programom rada i financijskom planom Turističke zajednice grada Splita za 2023. godinu ukupni prihodi bili su planirani u iznosu od 2.577.225 eura, od čega temeljni prihod u iznosu od 2.497.591 eura, a razliku predstavlja prijenos viška prihoda iz prethodnih godina. Na 25. sjednici Turističkog vijeća i 8. sjednici Skupštine Turističke zajednice grada Splita usvojen je rebalans financijskog plana za 2023. godinu kojim je planirano povećanje prihoda od članarine te su godišnji ukupni prihodi planirani u iznosu od 2.594.400 eura.

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2023. godine ostvareno je 3.011.261 eura ukupnih prihoda, što je za 16% više u odnosu na ukupni prihod planiran rebalansom godišnjeg plana.

U strukturi ukupno ostvarenih prihoda najveći udio u 2023. godini čine Izvorni prihodi s udjelom od 83,10%, koji se sastoje od Prihoda od turističke pristojbe s udjelom od 43,74% te Prihodi od članarine s udjelom od 39,36%.

Struktura prihoda – realizacija 2023.



2.1. Izvorni prihodi – turistička pristojba

Prihodi od turističke pristojbe plaćaju se temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi. Turističke zajednice turističku pristojbu koriste za izvršavanje svojih zadaća i za svoje poslovanje sukladno godišnjem programu rada. U 2023. godini ostvareno je 19,27% više prihoda od turističke pristojbe u odnosu na prošlu godinu prvenstveno zbog rasta turističkog prometa i otvaranja novih smještajnih objekata. Turistička zajednica planirala je prihode od turističke pristojbe za 2023. u iznosu od 1.194.505 eura a ostvareni su prihodi u iznosu od 1.317.125 eura, što predstavlja povećanje za 10 % u odnosu na planirana sredstva po osnovi turističke pristojbe. Od ostvarenih ukupnih prihoda, 1.206.222 eura se odnosi na turističku pristojbu – paušal i po noćenju, a 110.902 eura na prihode od raspodjele turističke pristojbe prikupljene u nautičkom turističkom prometu. Prihodi od turističke pristojbe sudjeluju s 43,74% udjela u ukupno ostvarenim приходima u 2023. godini.

Neplaćeni dio duga iz prethodnih razdoblja za područje grada Splita, te sukladno tome i potraživanja po osnovi turističke pristojbe za Turističku zajednicu grada Splita, iznosi neto 363.515 eura.

Realizacija prihoda od turističke pristojbe: 1.317.125 eura

2.2. Izvorni prihodi – članarina

Prihodi od članarine plaćaju se temeljem Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma te temeljem Zakona o članarinama u turističkim zajednicama. Pravna i fizička osoba koja ima svoje sjedište, prebivalište ili podružnicu, pogon, objekt u kojem se pruža usluga i slično, na području lokalne turističke zajednice koja je osnovana, koja trajno ili sezonski ostvaruje prihod pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavlja djelatnost koja ima korist od turizma, plaća članarinu turističkoj zajednici. Osnovicu za obračun članarine za pravne i fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dobit čine svi prihodi koje te osobe ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Osnovicu za obračun članarine za

fizičke osobe koje su obveznici plaćanja poreza na dohodak čine svi primici koje te osobe ostvaruju pružanjem ugostiteljskih usluga, usluga u turizmu ili obavljanjem s turizmom neposredno povezanih djelatnosti. Visina članarine koju plaća pravna i fizička osoba ovisi o skupini u koju je razvrstana djelatnost kojom se pravna ili fizička osoba bavi te o pripadajućoj stopi za obračun i plaćanje članarine propisanoj Zakonom. Fizička osoba koja pruža ugostiteljske usluge u domaćinstvu ili na obiteljskom poljoprivrednom gospodarstvu plaća godišnji paušalni iznos članarine za svaki krevet u sobi, apartmanu i kući za odmor, za svaku smještajnu jedinicu u kampu i kamp-odmorištu te prema kapacitetu u objektu za robinzonski smještaj koji se koriste za pružanje usluga smještaja sukladno propisu kojim se uređuje obavljanje ugostiteljske djelatnosti. Poslove evidencije, obračuna i naplate članarine od pravnih i fizičkih osoba obavlja Porezna uprava, a u poslovnim knjigama turističke zajednice prihodi od turističke članarine evidentiraju se na temelju izvadaka sa žiro računa. U 2023. godini ostvareno je 70% više prihoda od članarine u odnosu na prošlu godinu zbog više ostvarenih prihoda gospodarskih djelatnosti koje su obveznici plaćanja turističke članarine te bolje fiskalizacije i kontrole izdavanja računa. Turistička zajednica grada Splita je rebalansom financijskog plana za 2023. godinu planirala prihode od članarine u iznosu od 852.473 eura, a ostvareni su prihodi u iznosu od 1.185.252 eura, što predstavlja povećanje za 39 % u odnosu na planirana sredstva. Prihodi od članarine sudjeluju s 39,36% udjela u ukupno ostvarenim prihodima u 2023. godini.

Realizacija prihoda od članarine: 1.185.252 eura

2.3. Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna

Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna ostvareni su u iznosu od 459.834 eura, a odnose se na namjenske prihode iz proračuna Grada Splita za organizaciju gradskih manifestacija u iznosu od 459.834 eura. Prihodi su ostvareni na temelju zajedničkog programa Turističke zajednice grada Splita i Grada Splita koji se odnosi na utrošak dijela sredstava turističke pristojbe namijenjenih poboljšanju uvjeta boravka turista, koje Grad Split ostvaruje sukladno Zakonu o turističkoj pristojbi. Razlika između planiranih 480.928 eura i ostvarenih 459.834 eura u iznosu od 21.094 eura odnosi se na organizaciju adventskog

programa – koncerta za doček Nove godine - u periodu od 1. do 7. siječnja 2024., koji će se unijeti u poslovne knjige 2024. godine.

Realizacija prihoda iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna:

Grad Split – 459.834 eura

2.4. Prihodi od sustava turističkih zajednica

Prihodi od sustava turističkih zajednica ostvareni su u iznosu od 3.500 eura, a odnose se na namjenske prihode od Turističke zajednice Splitsko dalmatinske županije za projekt pješačke staze Dioklecijanov put u iznosu od 1.500 eura i za akciju čišćenja podmorja u iznosu od 2.000 eura.

Realizacija prihoda od sustava turističkih zajednica:

Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije – 3.500 eura

2.5. Prihodi iz EU fondova

Prihodi od EU fondova ostvareni su u iznosu od 37.267 eura, a odnose se na prihode od partnerstva u EU projektu Palača života - grad mijenja, koji provodi Grad Split u suradnji s Muzejom grada Splita i Turističkom zajednicom grada Splita.

Realizacija prihoda iz EU fondova:

Partner Grad Split – 37.267 eura

2.6. Prihodi od gospodarske djelatnosti

Prihodi od gospodarske djelatnosti ostvareni su u iznosu od 8.282 eura, a odnose se na prihode od prodaje oglasnog prostora na gradskim mapama u iznosu od 4.300 eura i prihode od zakupa poslovnog prostora za bankomat Privredne banke Zagreb (PBZ) u iznosu od 3.982 eura.

Realizacija prihoda od gospodarske djelatnosti:

Prodaja oglasnog prostora na mapama – 4.300 eura

Zakup poslovnog prostora – 3.982 eura

2.7. Ostali prihodi

Ostali prihodi ostvareni su u iznosu od 1 eura, a odnose se na prihode od kamate na depozite u iznosu od 0,60 eura i prihode od pozitivnih tečajnih razlika u iznosu od 0,63 eura.

Realizacija ostalih prihoda – 1 euro

AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE GRADA SPLITA PO VRSTAMA

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

S obzirom na izazove snažnog rasta turističke aktivnosti u Splitu, TZGS je u 2022. godini odlučila pristupiti izradi Studije turističkog prihvatnog/nosivog kapaciteta grada Splita kako bi time osigurala što kvalitetniju platformu za informirano upravljanje održivim razvojem turizma u budućnosti. Studija turističkog nosivog kapaciteta obuhvaća analitički blok u kojem su sagledani odabrani ekonomski, prostorni, fizički i socio-kulturni pokazatelji utjecaja turizma na lokalnu zajednicu te se potom ukazalo na saznanja o 'kritičnim faktorima' turističkog razvoja Grada. Dokument predstavlja ekspertni 'pogled sa strane' i, sukladno preporučenim koracima njegove daljnje razrade, podložen je daljnjem konzultativnom procesu s dionicima te mogućim usklađivanjima. U tom smislu Turistička zajednica grada Splita u 2023. godini ugovorila je s Institutom za turizam izradu strateških dokumenta koji će obuhvatiti dva segmenta održivog upravljanja razvojem turizma na području Grada: *Prometno-turistička studija upravljanja posjetiteljima u povremenom prijevozu putnika pri staroj gradskoj jezgri u gradu Splitu* i *Usuglašavanje Studije turističkog nosivog/prihvatnog kapaciteta grada Splita i izrada akcijskog plana (1. faza)*.

1.1.1. Prometno-turistička studija upravljanja posjetiteljima u povremenom prijevozu putnika pri staroj gradskoj jezgri u gradu Splitu

Polazeći od planiranih mjera i aktivnosti iz Plana održive urbane mobilnosti Grada Splita (SUMP), Prometno-turistička studija upravljanja posjetiteljima u povremenom prijevozu putnika pri staroj gradskoj jezgri u gradu Splitu je:

- analizirala postojeće probleme u povremenom prijevozu putnika;
- dala pregled transfera i upravljanja putnicima u povremenom prijevozu putnika u inozemstvu (iskustva europskih gradova u okruženju);

- definirala zone obuhvata studije;
- pružila analizu i prognozu turističke potražnje u zoni obuhvata;
- pružila analizu postojeće ponude i potražnje u povremenom prijevozu;
- dala prijedlog novih lokacija za kratkotrajan ulaz/izlaz putnika iz vozila i prijedlog dugotrajnog parkiranja za vozila i autobuse povremenog prijevoza te dati prijedlog pristojbi za parkiranje vozila.

Prometno-turistička studija upravljanja posjetiteljima u povremenom prijevozu putnika pri staroj gradskoj jezgri u gradu Splitu bit će svojevrsna nadopuna Planu održive urbane mobilnosti Grada Splita (SUMP) koja će dati prijedloge za rješavanje problematike povezane s upravljanjem posjetiteljima u povremenom prijevozu putnika pri staroj gradskoj jezgri u gradu Splitu.

Ostvareni cilj aktivnosti je sustavno planiranje prometa u destinaciji i kontrola razvoja destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Institut za turizam Zagreb

Na realizaciju aktivnosti izrade Prometno-turističke studije upravljanja posjetiteljima u povremenom prijevozu putnika pri staroj gradskoj jezgri u gradu Splitu utrošeno je ukupno 16.712,76 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak izrade studije (angažman stručnjaka) – 16.000,00 eura;
- Trošak naknade za brojača prometa – 217,16 eura;
- Trošak rada studenata brojača prometa – 495,60 eura.

1.1.2. Usuglašavanje Studije turističkog nosivog/prihvatnog kapaciteta grada Splita i izrada akcijskog plana (1. faza)

Cilj ovog projekta je transformacija Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita u operativni dokument upravljanja turističkim nosivim kapacitetom grada Splita koji će biti podržan od ključnih razvojnih dionika turizma i usklađen s akcijskim planom Strategije razvoja grada do 2030 godine. Kranji rok za realizaciju ove aktivnosti je u svibnju 2024.

godine, dok su u 1. fazi ovog projekta provedene aktivnosti valorizacije Studije turističkog nosivog kapaciteta grada Splita, što uključuje provedbu 1. kruga strateških radionica s predstavnicima stanovnika, turističkog gospodarstva, gradske uprave i gradskih poduzeća, ali i institucija nadležnih za zaštitu prirodne i kulturne baštine te neprofitnih organizacija uključenih u destinacijski lanac vrijednosti na kojima se detaljno raspravlja metodološki okvir Studije, ocjenjuje prihvatljivost postavljenih standarda iz perspektive lokalne zajednice/dionika razvoja turizma te mjere postavljeni pokazatelji nosivog kapaciteta (na temelju raspoloživih podataka) i pripreme stručnih materijala za strateške radionice, koji su podloga za daljnje aktivnosti izrade ovog dokumenta. Ostvareni cilj ove aktivnosti je poboljšanje sustavnog planiranja održivog razvoja destinacije kroz jačanje kapaciteta dionika i participacije lokalne zajednice u upravljanju razvojem turizma na području grada Splita.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Institut za turizam Zagreb

Na realizaciju aktivnosti izrade Akcijskog plana Studije turističkog nosivog/prihvatnog kapaciteta grada Splita u 1. fazi utrošeno je ukupno 12.000,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak izrade 1. dijela akcijskog plana (angažman stručnjaka) – 12.000,00 eura.

1.2. Istraživanje i analiza tržišta

U 2023. godini nisu planirane ni provedene aktivnosti istraživanja i analize tržišta.

1.3. Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Aktivnosti mjerenja učinkovitosti promotivnih aktivnosti obuhvaćaju pravovremenu i kontinuiranu analizu online objava u medijima o projektima i aktivnostima Turističke zajednice grada Splita, analizu online objava koje se odnose na teme povezane s turizmom u gradu Splitu te analizu učinkovitosti provedenih promotivnih online kampanja. Ostvareni cilj ove aktivnosti je unaprjeđena sustavna promocije destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Determ d.o.o., Stardigital d.o.o.

Na realizaciju aktivnosti mjerenja učinkovitosti promotivnih aktivnosti utrošeno je ukupno 2.564,50 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak aplikacije za praćenje online medija – 1.237,50 eura;
- Trošak analize učinkovitosti online oglašavanja – 1.327,00 eura

2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA

2.1. Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda

2.1.1. Projekt IQM Destination Split

Projekt IQM Destination (Integrated Quality Management) predstavlja sustav integriranog upravljanja kvalitetom destinacije. Ovaj sustav upravljanja kvalitetom konceptualno je postavljen na način da potiče kontrolirani i kontinuirani napredak u proizvodima i uslugama destinacije. Koncept IQM Destination projekta prilagođen je potrebama gosta, potrebama stanovnika, trendovima u turizmu te odgovornom i održivom upravljanju destinacijom. Provedene aktivnosti u okviru projekta IQM Destination Split u 2023. godini uključuju:

- mjerenje kvalitete i online reputacije destinacije Split kroz analizu recenzija i osvrta koje turisti ostavljaju na relevantnim rezervacijskim platformama i mrežnim stranicama o svim segmentima turističke ponude (promet, atrakcije, smještaj, ponuda doživljaja i sl.),
- mjerenje kvalitete i online reputacije za više od 300 dionika na području grada Splita koji su podijeljeni po grupama (hoteli, ugostiteljski objekti – restorani, konobe, zalogajnice, turističke agencije, muzejske i druge kulturne ustanove, atrakcije, javna infrastruktura – plaže, trgovi, prometni punktovi, tržnice, javni prijevoz i sl.),
- provedbu individualne analize i mjerenja kvalitete i online reputacije za svakog prijavljenog dionika (23 dionika) i provedbu konzultativnih procesa s prijavljenim dionicima koji imaju za cilj svakom subjektu pomoći u upravljanju kvalitetom

proizvoda i usluga (primjerice, kako reagirati na nepravilnosti u upravljanju kvalitetom u realnom vremenu, kako donositi odluke i implementirati inovacije u poslovanju na osnovi mišljenja gostiju o raznim segmentima usluge, kako se diferencirati od konkurencije i sl.).

U nastavku su prikazani glavni nalazi izvještaja online reputacije (*reputation management*) grada Splita za razdoblje od 1. siječnja do 31. listopada 2023. godine.

Kvaliteta usluga je ocijenjena kao vrlo visoka ove godine i iznosi 91/100 (+2% u odnosu na 2022. godinu), a temelji se na više od 82.600 recenzija. Rezultati godišnje ocjene u istom razdoblju u 2022. godini iznosi 89/100, a temelji se na osnovi 60.800 recenzija.

U strukturi analize online reputacije prema grupama objekata kvaliteta je ocijenjena kako slijedi:

- Atrakcije - 95/100 (povećanje zadovoljstava za 2% u odnosu na 2022.), na osnovi više od 18.000 recenzija (povećanje za više od 8.500 recenzija);
- Hoteli – 87,6/100 (povećanje zadovoljstava za 1% u odnosu na 2022.), na osnovi više od 22.700 recenzija;
- Hosteli – 84,7/100 (povećanje zadovoljstava za 1,7% u odnosu na 2022.), na osnovi više od 4.800 recenzija;
- Privatni smještaj – 91,8/100 (pad u zadovoljstvu od 1% u odnosu na 2022.), na osnovi više od 7.100 recenzija;
- Javna infrastruktura/ustanove – 85,9/100 (pad zadovoljstava za 0,2% u odnosu na 2022. godinu), na osnovi 8.842 recenzije (pad broja recenzija u odnosu na 2022. godinu);
- Ugostiteljski objekti – 88,3/100 (povećanje zadovoljstva za 0,5% u odnosu na 2022.), na osnovi više od 40.300 recenzija (porast za gotovo 8.000 mišljenja gostiju);
- Turističke agencije – 97/100 (povećanje zadovoljstava za 2% u odnosu na 2022.), na osnovi više od 19.275 recenzija (povećanje za više od 11.000 recenzija);
- Plaže – 86,8/100 (pad zadovoljstava za 1,4% u odnosu na 2022.), na osnovi više od 1200 recenzija (povećanje za više od 90 recenzija).

Ostvareni cilj aktivnosti projekta IQM Destination Split je sustavno podizanje kvalitete usluga u brojnim segmentima ponude u turističkoj destinaciji, jačanje kapaciteta turističkih djelatnika i svih subjekata koji su umreženi u turizmu destinacije, unaprjeđenje pozicioniranja i brendiranja destinacije, mjerenje trenutne razine kvalitete i težnja napretku u inovacijama, te osnaživanje ukupnog brenda destinacije.

Nositelj aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Feel IQM d.o.o. i partneri: Grad Split, privatni i javni sektor (hotelijeri, kampovi, restorani, lokalni proizvođači, turističke agencije, trgovine suvenira, komunalna društva te kulturne i ostale javne ustanove u destinaciji)

Na realizaciju aktivnosti projekta IQM Destination Split utrošeno je ukupno 20.000,00 eura.

2.2. Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

U 2023. godini nisu planirane ni provedene aktivnosti označavanja kvalitete turističkog proizvoda.

2.3. Podrška razvoju turističkih događanja

2.3.1. Sudamja

Program manifestacije „Sudamja 2023.“, usvojen od strane Odbora za proslavu, obuhvaćao je preko trideset manifestacija vjerskog, kulturnog, zabavnog i sportskog karaktera. Događanja povezana sa Sudamjom započela su još 25. ožujka s Turnirom o' balota, a sve se završilo 21. svibnja proslavom Dana Marjana i revijalnom utrkom veslačkih legendi Oxforda, Cambridgea i Splita u gradskoj luci. Cjelokupna kulminacija programa krenula je od 28. travnja, kada su počele Devetnice u čast Sv. Dujma u splitskoj Prvostolnici sa svakodnevnim koncertima duhovne glazbe, te sve do 7. svibnja kada se održala procesija i misno slavlje na Rivi.

U okviru organizacije Turističke zajednice grada Splita programi su se odvijali na 3 lokacije, koje su obuhvaćale Gradski kotar Varoš, Trg Gaje Bulata i prostor ispred ribarnice u Marmontovoj ulici, a obuhvaćali su koncerte i nastupe KUD-ova i zabavnih glazbenih sastava, feštu Sv. Križa u GK Varoš i brojne nastupe djece i mladih na svim lokacijama. U okviru programa Sudamje Turističko – ugostiteljska škola i Turistička zajednica grada Splita organizirali su manifestaciju pod nazivom „Svetom Duji u čast, puku grada u slast“ na Prokurativama 6. svibnja uz prigodni koktel Sv. Duje koji je osmislio Jure Vojković uz pomoć učenika TUŠ Split, a chefovi Hrvoje Zirojević, Stipe Šušnjara, Ivan Temšić i Tea Mamut pod svojim mentorstvom su uz pomoć djece napravili tradicionalna jela i slastice koja su građani i turisti mogli isprobati besplatno. Tvrtka Žnjan d.o.o. organizirala je tradicionalni sajam koji se već godinama održava na Rivi, kao i koncerte Harija Rončevića, Magazina i Nene Belana & Fiumensa na sami blagdan Sv. Dujma uz prigodnu tombolu i vatromet. Istaknuti koncerti klasične glazbe uključuju gala koncert violinista Stefana Milenkovića te zajednički nastup sedam splitskih tradicijskih društava u okviru programa „Spli'ski konfužjun“ u Hrvatskom domu Split.

Ostvareni cilj aktivnosti je promocija bogate materijalne i nematerijalne kulturne baštine grada Splita te pružanje jedinstvenog doživljaja proslave Dane grada Splita kako lokalnom stanovništvu tako i domaćim i stranim posjetiteljima.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Split, Splitsko-makarska nadbiskupija, Turistička zajednica grada Splita, Žnjan d.o.o., kulturno- umjetničke udruge i institucije i ostali partneri

Na realizaciju Sudamje utrošeno je ukupno 69.781,58 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača – 6.379,34 eura;
- Trošak honorara izvođača – 9.232,90 eura;
- Trošak najma pozornice – 1.875,00 eura;
- Trošak najma tehničke produkcije, stolica – 9.146,00 eura;
- Trošak najma krova za binu na Rivi – 3.125,00 eura;
- Trošak zaštitara – 199,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda Hrvatske glazbene unije (HGU) – 7,50 eura;
- Trošak sufinanciranja u organizaciji gradske tvrtke Žnjan d.o.o. – 39.816,84 eura.

2.3.2. Split Maraton

Split Maraton je jedna od najznačajnijih sportskih manifestacija na području Splitsko-dalmatinske županije koja u posljednjem vikendu veljače u grad Split i okolice dovodi više tisuća gostiju. Split Maraton je volonterski projekt udruge MK Marjan koji se uspješno realizira od 2001. godine zahvaljujući potpori javnog sektora, posebice Grada Splita, Turističke zajednice grada Splita i Splitsko dalmatinske županije kao i brojnim sponzorima. Split Maraton iz godine u godinu povećava broj sudionika i medijsku vidljivost. Jedinstveni festival trčanja u Splitu održan je u subotu 25. veljače i nedjelju, 26. veljače 2023. godine. Start i cilj svih utrka bio je na splitskoj Rivi, a sve staze vodile su kroz najljepše dijelove grada. Dan uoči maratona i polumaratona održavale su se utrke za djecu i rekreativce. Split maraton je dio World Marathon Majors - Wanda Age Group poretka.

Ostvareni cilj aktivnosti je promocija Splita kao grada sporta i kulture te razvoj sportskog turizma kao jednog od vodećih turističkih proizvoda održivih na razini cijele godine. Dodatan cilj projekta je okupljanje i udruživanje javnog i privatnog sektora i međusobna koordinacija više dionika u razvoju cjelogodišnje turističke ponude.

Nositelji aktivnosti i partneri: Maraton klub Marjan, Grad Split, Turistička zajednica grada Splita

Trošak se odnosi na trošak sufinanciranja manifestacije.

Realizacija: 39.817,00 eura

2.3.3. Štorije Dioklecijana

Manifestacija "Štorije Dioklecijana" predstavila je izuzetno bogat program događanja koji se temelji na povijesti, kulturi i nasljeđu cara Dioklecijana i njegove palače u Splitu. Kroz niz interaktivnih i edukativnih programa, posjetitelji su imali priliku uroniti u svijet antičkog Rima i doživjeti ga na autentičan način. Koncept manifestacije temeljio se na povezivanju prošlosti sa sadašnjošću, kroz rekreaciju važnih trenutaka iz Dioklecijanovog života i vladavine. Kroz svečano otvaranje i prisustvo cara Dioklecijana u rekonstruiranom Peristilu

posjetiteljima se omogućilo da se suoče s poviješću i kulturom tog doba. Interaktivne ture s carem Dioklecijanom, mogućnost postati Dioklecijanova supruga na jedan dan ili čak odabrati novog cara, dodatno su približile posjetitelje vremenu i osjećaju moći koje je Rimsko carstvo imalo. Program manifestacije obuhvatio je i različite aspekte Dioklecijanove vladavine, poput vojnog života, povijesne podjele vlasti tetrahije te važnosti očuvanja kulturne baštine. Povezivanje s posjetiteljima kroz interaktivne edukativne programe, poput "Sapere aude", omogućilo se da se dublje razumije uloga Dioklecijanove palače u razvoju Splita te potaknulo posjetitelje da razmotre zašto su odabrali baš taj grad kao svoje odredište. "Štorije Dioklecijana" predstavljaju izvanredan način za posjetitelje da istraže antičku povijest, dožive duh rimskog doba i bolje razumiju nasljeđe koje je ostavio car Dioklecijan, doprinoseći time obogaćivanju kulturnog iskustva svih prisutnih.

Ostvareni cilj aktivnosti je promocija Splita kao grada kulture i bogate materijalne kulturne baštine te pružanje jedinstvenog kulturnog doživljaja kako lokalnom stanovništvu tako i domaćim i stranim posjetiteljima. Dodatan cilj projekta je interpretirati i oživiti kulturno-povijesnu baštinu kroz storytelling.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i HNK Split

Na realizaciju manifestacije Štorije Dioklecijana utrošeno je ukupno 21.827,96 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak izvedbe programa Štorije Dioklecijana – 13.000,00 eura;
- Trošak najma opreme – 800,00 eura;
- Trošak rada studenata rimskih vojnika – 7.727,96 eura.

2.3.4. Koncertni program: Riva, trgovi grada, Podrumi Dioklecijanove palače

Spli'ski litnji koluri tradicionalna su gradska manifestacija koja već 16 godina zabavlja lokalno stanovništvo i posjetitelje na Rivi i Trgu Gaja Bulata. Najveći dio programa održavao se na Trgu Gaje Bulata. Manifestacija je u organizaciji Turističke zajednice grada Splita okuplja brojne glazbenike, izvođače, klape, KUD-ove, zabavne grupe i soliste, ali i goste iz

ostalnih dijelova Hrvatske i svijeta. Program je trajao od srpnja do kraja rujna, odnosno Svjetskog dana turizma. Svečano otvorenje bilo je posvećeno prezentaciji mažoret plesa, a preko 250 plesačica iz četiri grada predstavile su se s plesnim točkama uz podršku Limene glazbe iz Žrnovnice „Stjepan Radić“. Svečani defile s plesnom i koreografskom večeri bio je organiziran prije početka programa, krećući se preko Obale Hrvatskog narodnog preporoda (Riva), kroz Marmontovu ulicu, sve do Trga Gaje Bulata. Drugi dio programa održao se na prepoznatljivom Trgu Gaja Bulata, gdje su posjetitelji imali priliku uživati u jedinstvenoj kombinaciji kompozicija, boja, kostima i koreografskih točki u izvedbi vodećih mažoret klubova. Koncerti su u srpnju i prvoj polovici kolovoza započinjali u 21 sat, dok su od 21. kolovoza započinjali u 20:30, a od 6. rujna u 20:00 sati. Svi koncerti su bili na otvorenom i u potpunosti besplatni. Cjelokupna završnica manifestacije bila je 27. rujna uz „Disco večer na otvorenom“.

Ostvareni cilj aktivnosti je promocija materijalne i nematerijalne baštine grada Splita te bogaćenje sadržaja s ciljem unaprjeđenja kvalitete boravka turista u destinaciji.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju manifestacije Splitski litnji koluri, tj. koncertnog programa na Trgu Gaje Bulata, Rivi i u Podrumima Dioklecijanove palače utrošeno je ukupno 140.021,31 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača po ugovoru – 41.756,03 eura;
- Trošak voćnog osvježanja i pića za izvođače – 1.605,70 eura;
- Trošak prijevoza glazbenika i instrumenata – 4.062,50 eura;
- Trošak oglašavanja koncertnog programa – 1.325,00 eura;
- Trošak nastupa izvođača po računu – 17.500,00 eura;
- Naknade HDS – ZAMP – 1.637,78 eura;
- Trošak najma tehničke produkcije – 62.987,50 eura;
- Trošak najma pozornice i scenografije – 5.000,00 eura;
- Trošak zaštitara – 2.376,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 43,50 eura;
- Trošak sufinanciranja manifestacije „Smoje je naš“ – 1.727,30 eura.

2.3.5. Advent u Splitu 2023./2024.

Adventski program u Splitu u 2023. godini, koji je trajao od 1. prosinca 2023. do 6. siječnja 2024. godine, još jednom je pokazao zašto je grad Split jedno od najpoželjnijih odredišta za blagdansko razdoblje. Posjetitelji i domaći stanovnici imali su priliku uživati u raznolikim aktivnostima koje su obuhvatile tradicionalne običaje, glazbene nastupe, kulturne događaje te humanitarne akcije. Jedan od glavnih događaja bio je tradicionalno kolendavanje Folklornog ansambla Jedinstvo, što je bila prilika za zajedništvo i slavljenje božićnih običaja. Piva klape ispod ure Gradskog zbora Brodosplit donijela je prepoznatljivu dalmatinsku atmosferu na ulice grada, dok je Božićna fjera na Matejušci bila ocharavajući prikaz lokalnih običaja i tradicija. Dnevni koncerti na Trgu Gaja Bulata dodatno su obogatili atmosferu grada, nudeći raznolik repertoar glazbenih izvedbi koje su privlačile ljubitelje glazbe svih generacija. Advent na Kampusu i programi na drugim lokacijama poput Prokurativa, Rive, Mertojaka, Zvončaca i Obrova stvarali su živopisne kutke za druženje i uživanje u blagdanskoj atmosferi. U sklopu adventskih događanja organizirano je tradicionalno dijeljenje Bakalara na Badnjak ispred ribarnice, što je bila prilika da se građani okupe i podijele radost blagdana. Također, građani su mogli uživati u besplatnoj predstavi Orašar u HNK Split, Novogodišnjem balu u koncertnoj dvorani Ive Tijardovića, kao i podržati humanitarni koncert za Udrugu Sanus u kotaru Split 3. Adventski program u Splitu nije zaboravio ni na djecu, pružajući im brojne zabavne aktivnosti poput besplatnih razgleda po kotaru Veli Varoš, Božićnog slikavanja u Fotoklubu Split, te dječjih programa u sklopu Svetog Nikole i Svete Lucije. Sva ova događanja stvorila su nezaboravan doživljaj blagdanskog duha i povezanosti među građanima Splita, ali i privukle mnoge posjetitelje iz drugih dijelova Hrvatske i svijeta, čineći Split nezaobilaznom destinacijom za adventsko putovanje.

Ostvareni cilj aktivnosti je generiranje turističkog prometa i sadržaja u posezoni, te unaprjeđenje kulturno-zabavne ponude grada Splita za lokalno stanovništvo te domaće i strane turiste.

Nositelji aktivnosti i partneri: Grad Split, Turistička zajednica grada Splita, Žnjan d.o.o.

Na realizaciju manifestacije Advent u Splitu 2023./2024. godine utrošeno je ukupno 247.700,03 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača – 694,65 eura;
- Trošak prijevoza adventskih dekorativnih elemenata – 1.161,32 eura;
- Servis fotopunktova – 387,50 eura;
- Trošak oglašavanja: elektronski mediji – 2.575,00 eura;
- Trošak oglašavanja: tisak i Internet – 9.351,75 eura;
- Trošak organizacije klizališta 2023. – 55.506,76 eura;
- Trošak novogodišnjih koncerata 2023. – 57.510,50 eura;
- Trošak adventskog programa Kampus – 20.000,00 eura;
- Trošak ostalog adventskog programa – 23.360,00 eura;
- Trošak tehničke produkcije za koncerte na Trgu Gaje Bulata – 8.750,00 eura;
- Trošak najma razglasa i rasvjete Đardin 1.-7. siječnja 2023. – 2.073,79 eura;
- Trošak montaže svjetlosnih dekoracija – 4.562,35 eura;
- Trošak zaštitara za koncerte na Trgu Gaje Bulata – 128,00 eura
- Trošak koncerta i klizalište 1.-7. siječnja 2023. – 39.391,41 eura;
- Trošak adventskog ukrašavanja Stobreča – 3.342,50 eura;
- Trošak podjele bakalara na Badnjak – 7.577,50 eura
- Trošak polaganja jelke pod more – 1.327,00 eura;
- Trošak Novogodišnji bal – 10.000,00 eura.

2.3.6. II. Mjesec gastronomije - Štorije o' spize

Split je bio domaćin bogatog Mjeseca gastronomije u 2023., obilježenog raznolikim gastronomskim i kulturnim događanjima koji su oduševili građane i posjetitelje. Manifestacija je započela 27. rujna svečanim otvaranjem na Prokurativama. Djeca su imala priliku kuhati sa chefovima na otvorenom uz zabavni program, dok je Milenijska fotografija Šime Strikomana dodatno obogatila atmosferu. Nastavak događanja donio je Dan karijera i Dan obrazovanja, održani 3. i 4. listopada u hotelu Amphora. Dan Karijera je bio posvećen okruglom stolu i panel raspravi o strategiji razvoja hrvatskog turizma, dok je Dan obrazovanja bio fokusiran na edukativne programe u hotelijerstvu. Festival "Taste the Mediterranean", održan od 4. do 8. listopada, privukao je ljubitelje mediteranske kuhinje iz cijelog svijeta,

nudeći bogat program događanja. "Štorije o' piva" su se odvijale od 5. do 15. listopada na Zvončacu, gdje su se gostovali pivovari iz Hrvatske uz glazbene koncerte i natjecanje u kuhanju i pripremi koktela. Tjedan restorana u Velumu RCK, održan od 9. do 13. listopada, bio je prilika za učenike da kuhaju za chefove i građane, pripremajući četiri različita menija tijekom pet dana. Vinske edukacije pod vodstvom Saše Špiranca održane su 12. listopada u Briig boutique hotelu, fokusirajući se na pjenušce i autohtone dalmatinske sorte. Štorije o' slatkega su oduševile ljubitelje slatkih zalogaja 14. i 15. listopada, pružajući priliku za degustaciju slatkih splitskih delicija. Sajam vina i domaćih proizvoda obuhvatio je gostovanja turističkih zajednica iz Dalmacije 13., 14., 20. i 21. listopada, predstavljajući okuse različitih regija. "20 dana splitskih restorana" trajalo je od 14. listopada do 5. studenog, nudeći posebne menije po cijeni od 25€ po osobi u mnogim splitskim restoranima. Festival vina "Poljubi me vinom" održan je 19. listopada u ACI Split, pružajući edukacije i kušanje vina. Gastro mjesec završio je Grand Gourmet ŠKMER manifestacijom 14. studenog u Muzeju hrvatskih arheoloških spomenika, uz priče o ginu, koktelima i hrani koji se sljubljuju s ovim pićem. Mjesec gastronomije u 2023. godini ostavio je neizbrisiv trag kao jedinstveno iskustvo za sve ljubitelje gastronomije i kulture.

Ostvareni cilj aktivnosti je razvoj gastronomske ponude grada Splita i poratnih sadržaja izvan glavne sezone, unaprjeđenje kvalitete ugostiteljske ponude, promocija autohtonih jela grada Splita i okolice te promocija i pozicioniranje Splita kao visoko kvalitetne gastronomske destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, SKMER, Taste the Mediterranean, Turističko-ugostiteljska škola Split, ugostitelji grada Splita

Na realizaciju manifestacije II. Mjesec gastronomije - Štorije o' spize utrošeno je ukupno 36.672,28 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača i voditelja – 1.440,09 eura;
- Trošak smještaja vinskog edukatora – 385,19 eura;
- Trošak prijevoza materijala karetima – 270,00 eura;
- Trošak oglašavanja – 2.000,45 eura;
- Trošak koordinacije i savjetovanja – 3.550,00 eura;

- Trošak priopćenja za medije i oglašavanja – 7.293,90 eura;
- Trošak organizacije glazbenih događanja – 500,00 eura;
- Trošak WineEthno Gastro event – 4.976,25 eura;
- Trošak Gastroadventa – 2.700,00 eura;
- Trošak najma dvorane za vinsku edukaciju – 160,00 eura;
- Trošak najma pozornice i scenografije – 2.000,00 eura;
- Trošak najma tehničke produkcije – 2.187,50 eura;
- Trošak najma opreme i stolova – 1.300,00 eura;
- Trošak najma štandova – 700,00 eura;
- Trošak dizajna Štorije o' spize – 2.500,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 3,00 eura;
- Trošak roll up-a i naljepnica – 457,50 eura;
- Trošak stolnjaka, balona i ostalog potrošnog materijala – 548,40 eura;
- Trošak sufinanciranja Grand Gourmet – 3.700,00 eura.

2.3.7. Uskrs u Splitu

I 2023. godini održala su se tradicionalna uskršnja događanja, što obuhvaća bojanje uskršnjih pisanica koje, povodom najvećeg kršćanskog blagdana Uskrsa, organizira Turistička zajednica grada Splita u suradnji s Udrugom branitelja sekcije likovnih umjetnika, glazbeni program i dijeljenje tradicionalnih blagdanskih delicija stanovnicima i posjetiteljima. Umjetnici su od 3. do 7. travnja na Rivi oslikavali velike pisanice koje su potom izložene u parku Đardin u sklopu izložbe koju organizira Turistička zajednica grada Splita u suradnji s Centrom za odgoj i obrazovanje Juraj Bonači. Od 3. do 17. travnja svi posjetitelji imali su priliku uživati u svjetlećim uskršnjim figurama i veselim dekoracijama postavljenim u Đardinu, a koje su izradile vrijedne ruke korisnika COO Juraj Bonači i umjetnika branitelja. Na sam blagdan Uskrs, Turistička zajednica grada Splita u Đardinu organizirala je „Slasno uskršnje jutro“. Uz prigodan glazbeno-scenski program, dijelilo se 1000 sirnica i 1000 pisanica oslikanih od strane članova Udruga branitelja sekcije likovnih umjetnika i štíćenika Centra za odgoj i obrazovanje "Juraj Bonači".

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, COO Juraj Bonači, Udruga branitelja sekcije likovnih umjetnika

Na realizaciju manifestacije Uskrs u Splitu utrošeno je ukupno 13.086,77 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara izvođača – 1.912,44 eura;
- Trošak uskršnjih događanja – 7.712,50 eura;
- Trošak tehničke produkcije – 2.055,00 eura;
- Trošak zaštitara – 79,60 eura;
- Trošak materijala za bojanje jaja – 1.327,23 eura.

2.3.8. Smotra klapa i sajam u Žrnovnici

Smotra klapa i sajam u Žrnovnici tradicionalno su se održali uz obalu rijeke Žrnovnice, okupljajući različite muške i ženske klape te kulturno-umjetnička društva. Ostvareni cilj ove aktivnosti je valorizacija lokaliteta koji dosad nisu dovoljno iskorištena u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, disperzija turističke ponude na nedovoljno razvijena područja unutar destinacije, te promocija tradicionalnih proizvoda, jela i glazbe.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Udruga Žrvanj

Na realizaciju manifestacije Smotra klapa i sajam u Žrnovnici utrošeno je ukupno 2.654,23 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak smotre klapa u Žrnovnici – 1.327,33 eura;
- Trošak sufinanciranja sajma u Žrnovnici – 1.327,00 eura.

2.3.9. Slatinsko ljeto

Slatinsko ljeto obuhvatilo je niz koncerata zabavnog i kulturnog karaktera, a održali su se tijekom ljetnih mjeseci. Tijekom ljeta se održala tradicionalna smotra klapa „Marijo, Zvizdo mora“, zatim Ribarska večer u lučici, koncert „Tišina mora“, koncert „Smoje je naš“, te

gastronomska manifestacija s prigodnim koncertom „Fešta o teć“. Ostvareni cilj ove aktivnosti je valorizacija lokaliteta koji dosad nisu dovoljno iskorištena u svrhu razvoja turističke ponude i sadržaja, disperzija turističke ponude na nedovoljno razvijena područja unutar destinacije, te promocija tradicionalne hrane i glazbe.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita, Mjesni odbor Slatine

Na realizaciju manifestacije Slatinsko ljeto utrošeno je ukupno 12.579,43 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara glazbenih izvođača – 6.077,93 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 1,50 eura;
- Trošak sufinanciranja smotre klapa u Slatinama – 6.500,00 eura.

2.3.10. Cili svit u Split

Ostvareni cilj aktivnosti je razvoj zabavnih sadržaja u posezoni, jačanje međukulturalne suradnje s izvođačima iz drugih zemalja te promocija i pozicioniranje Splita kao kulturno-zabavne destinacije.

Nositelji aktivnosti i partneri: Turistička zajednica grada Splita

Na realizaciju manifestacije Cili svit u Split utrošeno je ukupno 26.550,83 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara glazbenih izvođača – 10.553,63 eura;
- Trošak konzumacije jela i pića za izvođače – 1.997,20 eura;
- Trošak glazbenog programa – 9.000,00 eura;
- Trošak tehničke produkcije – 5.000,00 eura.

2.3.11. Ostala sufinancirana događanja

U nastavku je popis ostalih relevantnih događanja na području grada Splita koja su sufinancirana od strane Turističke zajednice grada Splita prema sljedećoj strukturi:

- Splitsko ljeto – 13.272,00 eura;
- Smjena straže – 40.000,00 eura;
- Festival zabavne glazbe Split / Splitski festival – 132.722,81 eura;
- Festival Mali Split – 13.272,00 eura;
- Ultra Europe Festival – 13.300,00 eura;
- Fešta sv. Lovre u Stobreču – 14.215,89 eura;
- Praznik cvijeća – 26.545,00 eura;
- Međunarodni šahovski turnir / Split Chess Open – 6.636,00 eura;
- ATP Challenger i ITF Futures teniski turniri – 6.636,00 eura;
- Splitski karneval – 13.272,28 eura;
- Festival pričanja priča Pričigin – 6.636,14 eura;
- Izložba pasa / 4 Summer Night Shows – 3.982,00 eura;
- Festival mediteranskog filma Split – 6.636,14 eura.

2.4. Podrška turističkoj industriji

2.4.1. Javni poziv za projekte

Na temelju Javnog poziva za kandidiranje manifestacija za dodjelu potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2023. godini, objavljenog u siječnju 2023. godine, na 23. sjednici Turističkog vijeća Turističke zajednice grada Splita donesena je sljedeća ODLUKA o dodjeli potpora iz programa „Potpore za turističke manifestacije“ u 2023. godini.

Naziv manifestacije	Naziv organizatora	Odobreni iznos
Izložbeni program u Salonu Galić (cjelogodišnji program)	Hrvatska udruga likovnih umjetnika- Split (HULU-Split)	1.327,00

ADRIATIC GASTRO SHOW	P. B. POSLOVNI MEDIJI d.o.o.	1.327,00
Ustanova za kulturu galerija Kula - Izložbeni program u 2023. godini (5 izložbi)	Ustanova za kulturu galerija Kula	3.962,00
FantaSTikon - konvencija fantastike, igre i znanstvene fantastike - deveto izdanje	Udruga za fantastiku, igre i znanstvenu fantastiku F&ST	1.327,00
NORDIC WALKING SPLIT FEST 2023	Klub nordijskog hodanja Split	1.327,00
9. Međunarodni Sajem vjenčanja „WEDDING DAY“	Fancy flowers d.o.o.	1.327,00
PLACE MARKET	S2 doo	1.327,00
Comicator, strip festival (Dylan Dog u Splitu)	Striport, obrt za trgovinu i usluge	1.327,00
21. Međunarodna veslačka regata Sveti Duje (Oxford – Cambridge – Split)	Splitski sveučilišni sportski savez	1.327,00
VINSKI PODRUM - Festival vina i delicija	HANZA MEDIA d.o.o. – PJ SLOBODNA DALMACIJA	2.657,00
10. DRŽAVNO PRVENSTVO MAŽORETKINJA - HUMT	PLESNI STUDIO BEAUTY	2.657,00
Dalmatinko cup 2023 - međunarodni nogometni turnir za mlade	Udruga za zdrav život, sport i razvoj Dalmatinko	2.657,00
GREEN FUTURE KONFERENCIJA 2023.	Green Summit d.o.o.	1.327,00
SVJETSKI DAN GLAZBE	HRVATSKA GLAZBENA UNIJA -PODRUŽNICA 2-SPLIT	1.327,00
8. međunarodna konferencija o pametnim i održivim tehnologijama „SpliTech 2023“	Fakultet elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje (FESB)	1.327,00
STup! 2023.	Ekonomski fakultet, Sveučilište u Splitu	1.327,00
Večer Mile Krajine 2023.	Produkcija Akord j.d.o.o.	3.290,00
Svjetski kongres borilačkih sportova - World Budo Camp 2023	ŠRJ Uragan	1.327,00
6. Kickboxing summer camp Split 2023	Kickboxing klub „Pit Bull“	1.327,00

10.PIANO LOOP FESTIVAL	UDRUGA PIANO PROJEKT	1.327,00
CIGAR SMOKING WORLD CHAMPIONSHIP	KLUB PUŠAČA CIGARA MAREVA	1.327,00
VINSKI GRAD SPLIT	VINART d.o.o.	1.327,00
SPLIT AT NIGHT JAZZ FESTIVAL	UDRUGA SPLIT AT NIGHT	1.327,00
DANI BORISA DVORNIKA - HOMMAGE	UDRUGA LEGATO	4.000,00
SPLITSKI FESTIVAL JEDRENJA	JEDRILIČARSKI KLUB LABUD	3.320,00
11. međunarodni Festival Taste the Mediterranean	Laniva d.o.o.	3.320,00
Mjesec jedrenja u Jedriličarskom klubu Split	Jedriličarski klub Split	3.320,00
19. Međunarodni nogometni turnir za djecu "Prvi koraci 2023"	Nogometni klub Adriatic Split	2.657,00
6. Međunarodni festival pjesme SING (in) SPLIT	Udruga Schola cantorum Split	1.327,00
28. Splitski filmski festival / Split Film Festival	Međunarodni festival novog filma (MFNF)	1.327,00
TAKE OVER - Kongres zdravstvenog turizma	MAKE OVER BEAUTIFUL INSIDE & OUT d.o.o.	1.327,00
Međunarodni gitaristički festival 11. Dani klasične gitare	Udruga splitskih gitarista - GitaraSt	1.327,00
SPLIT FORMAT - FESTIVAL FOTOGRAFIJE	FOTOKLUB SPLIT	1.327,00
Mostovi prijateljstva mandoline	Makedonska kulturna udruga Stobi	2.000,00
27. Međunarodni zborni festival Cro Patria 2023.	Glazbena mladež Split	2.000,00

Ostvareni cilj ove aktivnosti je pružanje financijske podrške za provedbu projekata i programa koji doprinose razvoju turističke ponude i sadržaja održivog cjelogodišnjeg turizma i motiviraju domaće i strane posjetitelje na posjet destinaciji u razdobljima pred i posezone.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita

Ukupno planirana vrijednost Javnog poziva u 2023. godini bila je 66.361,00 eura, a realizirano je 63.034,00 eura.

2.4.2. Potpore po odluci Turističkog vijeća

Ostvareni cilj ove aktivnosti je pružanje sustavne podrške razvoju turističkih proizvoda i usluga na području destinacije koji doprinose razvoju održivog turizma te unaprjeđenje kvalitete i raznolikosti sadržaja pružanjem potpore projektima i manifestacijama koje doprinose unapređenju kulturnog, sportskog, zdravstvenog, gastronomskog i kongresnog turizma. Turističko vijeće Turističke zajednice grada Splita podržalo je sljedeće projekte u 2023. godini: Ljetne čari klasične glazbe u organizaciji Glazbene mladeži Split, Šotobracu u organizaciji Kulturno-umjetničkog društva Jedinstvo, Piva klapa ispod volta u organizaciji Kulturno-umjetničkog društva Filip Dević, Teatar po zvijezdama, Teatar uz more, CRO Race, Kongres obiteljskog smještaja, Međunarodni sajam GAST, Međunarodni festival folklor, Festival neobičnih obitelji, Koncert klape Šufit na trgu Peristil u okviru 69. Splitskog ljeta, nastup KUD-a Jedinstvo na svjetskom kongresu organizatora folklornih festivala u Osijeku, koncertni program „Badnjak u Splitu“ Gradskog zbora Brodosplit, izložbu “Zanatstvo i obrtništvo u Splitu – Od antike do početka 20. stoljeća”, te koncert Laure Pergolizzi na Prokurativama.

Na realizaciju aktivnosti Potpore po odluci Turističkog vijeća utrošeno je ukupno 59.611,00 eura.

2.4.3. Potpore po odluci direktora/ice

Ostvareni cilj realizacije potpora je poticanje projekata i manifestacija koje utječu na razvoj ponude cjelogodišnjeg i održivog turizma. Prilikom dodjele potpore projektima i manifestacijama naglasak je stavljen na one koji unaprjeđuju ključna obilježja destinacije Split, kao što su atmosfera/duh destinacije, bogatstvo kulturno-povijesne baštine, uredenost javne infrastrukture, gastronomsku ponudu i sl. Projekti koji su podržani po osnovi potpore

po odluci direktora/ice u 2023. godini su: X. seminar za školsku mladež „Salonae Longae - od antičke Salone do humanističkog Splita“, prva samostalna revija splitskog modnog brenda Arileo povodom 20. godišnjice rada, 10. Dani flaute, MTB utrka 10. Uspón do zvijezda-Žrnovnica Memorijal “Filip Sinovčić”, koncert povodom 35 godina djelovanja pjevačkog zbora „Splitski liječnici pjevači“, 12. regata Sv. Duje za krstaše, CRO LinkedIn Meetup, Međunarodna konferencija sa sudjelovanjem dobitnika Nobelove nagrade „Plexus 2023“, 12. Splitska biciklijada, Susret djece oštećenog sluha u sportu, sportske turnire Splitskog sportskog saveza gluhih, Festival vino Dalmacije, KUP Jadrana, Prvenstvo svita u balunu na skalini, promocija hrvatske maritimne baštine u zaljevu Morbihan (Francuska) s popratnom izložbom, malonogometni turnir na pijesku „Salbun“ u Stobreču, izrada novog vizualnog identiteta Maraton kluba Marjan za promociju na međunarodnim utrkama , projekt razvoja dvojezične slikovnice i vodiča za djecu 'Wow, ovo je Hrvatska', Split Calling – festival suvremenog cirkusa i umjetnosti na otvorenom i brojne druge.

Na realizaciju aktivnosti Potpore po odluci direktora/ice utrošeno je ukupno 13.185,00 eura.

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

3.1. Definiranje *branding* sustava i *brend* arhitekture

Turistička zajednica grada Splita u 2023. godini temeljila je komunikaciju na podizanju svijesti o očuvanju destinacijskih resursa i odgovornom ponašanju turista tijekom boravka u destinaciji (Respect & Enjoy), te podizala svijest i brand awareness o ključnim turističkim proizvodima, kao što su Advent u Splitu, Štorije Dioklecijana i Štorije o' spize (Mjesec gastronomije). Provedena je aktivnost rebrandinga nedovoljno razvijenih područja, poput naselja Stobreč na području grada Splita.

Na realizaciju ove aktivnosti, što uključuje trošak kreiranja grafičkih rješenja i izrade grafičkih standarda, utrošeno je ukupno 24.615,24 eura.

❖ **Oglašavanje EU projekta „Palača života – grad mijenja / Palace of life – City of Changes“**

U razdoblju od 1. siječnja do 31. prosinca 2023., Turistička zajednica grada Splita provodila je aktivnosti u sklopu EU projekta "Palača života – grad mijenja". Navedeni projekt, poznat i kao "Palace of Life – City of Changes", realiziran je kroz ITU mehanizam Urbane aglomeracije Split, s Gradom Splitom kao korisnikom, te Turističkom zajednicom grada Splita i Muzejom grada Splita kao partnerima. Projekt se temelji na obnovi, valorizaciji, prezentaciji i unaprjeđenju upravljanja UNESCO-ovim lokalitetom Stare gradske jezgre s Dioklecijanovom palačom, uključujući Staru gradsku vijećnicu, prizemlje i dvor Muzeja grada Splita te Jugoistočnu kulu sa zgradom Lukačićeve 5. Rok završetka provedbe projekta bio je 30. svibnja 2023., ali je planirani završetak odgođen zbog nedovršenih infrastrukturnih građevinskih radova na lokalitetima projekta. Središnja agencija za financiranje i ugovaranje programa i projekata Europske unije (SAFU) je odobrila produženje provedbe aktivnosti do 31. prosinca 2023. godine, a svi troškovi ostvareni u tom razdoblju bit će sufinancirani iz EU fonda. Iznos povrata novčanih sredstava i dalje iznosi u 71 % od ugovorenih usluga. Unatoč izazovima, Turistička zajednica je uspjela većinu planiranih aktivnosti realizirati do 31. prosinca 2023., te će sukladno tome doći do povrata novčanih sredstava u 2024. godini.

Provođenje aktivnosti revizije plana kriznog komuniciranja i odnosa s medijima, koje su dio aktivnosti Strategije razvoja, pozicioniranja i promocije brenda te odnosa s javnošću, ostvarile su smjernice izrađenog dugoročnog plana za razvoj, pozicioniranje i promociju brenda "Palača života – grad mijenja". Dodatno, nastavili su uspostavljati učinkoviti odnosi s javnošću s ciljem povećanja svijesti i privlačnosti UNESCO-ovog lokaliteta u staroj gradskoj jezgri s Dioklecijanovom palačom. Aktivnosti promocije, marketinga i brendiranja implementirale su marketinške strategije koje su rezultirale povećanjem vidljivosti, privlačnosti i prepoznatljivosti lokaliteta obuhvaćenih ovim projektom.

Aktivnosti u okviru EU projekta „Palača života - grad mijenja" koje je Turistička zajednica grada Splita provela u navedenom razdoblju iznosile su sveukupno 72.591,69 eura prema sljedećoj strukturi:

- troškovi aktivnosti *Strategije razvoja, pozicioniranja i promocije brenda i odnosa s javnošću* u 2023. godini iznose 5.889,60 eura. Ovi troškovi obuhvaćaju pregled i prilagodbu plana kriznog komuniciranja u iznosu od 2.571,50 eura te troškove za objave u medijima u iznosu od 3.318,08 eura;
- troškovi aktivnosti *Promocije, marketinga i brendiranja u 2023. godini*, odnosno oglašavanja EU projekta Palača života – grad mijena iznose 61.310,25 eura;
- troškovi praćenja provedbe projekta – 5.391.86 eura.

3.2. Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda

Kampanja promocije destinacije u 2023. godini Turističke zajednice grada Splita provedena je na pet ključnih emitivnih tržišta: Njemačkoj, Austriji, Velikoj Britaniji, Francuskoj i Poljskoj tijekom razdoblja od travnja do lipnja. Glavni fokus kampanje bio je na naraciji priča o gradu Splitu kako bi potencijalni turisti stekli dublji uvid u njegovu ponudu i posebnosti destinacije, potičući ih tako na posjet destinaciji. Split je prezentiran kao destinacija bogate povijesti, kulture i gastronomije, te su istaknute mogućnosti za aktivnosti na otvorenom u prirodi, ugodna klima te prepoznatljiva atmosfera i duh destinacije koji je odraz stila života lokalnog stanovništva. Kampanja je istaknula sigurnost destinacije kroz naglasak na odgovornom turizmu, s ciljem podizanja svijesti o važnosti održive prakse putovanja koja uzima u obzir utjecaj turizma na okoliš, lokalnu zajednicu i kulturu. Komunikacijska strategija temeljila se na isticanju prednosti putovanja za tijelo i duh te je ciljanim skupinama poslana poruka da Split nije samo grad, nego i doživljaj i emocija. Partnerstva s relevantnim medijskim kućama, poput Focusa u Njemačkoj i Independenta u Velikoj Britaniji, rezultirala su objavom članaka koji su privukli više od 12.000 čitatelja (Focus: 6.962, Independent: 5.216). Kampanja na društvenim mrežama provedena je na svih pet tržišta s ciljem promoviranja ključnih proizvoda destinacije ciljanoj publici s namjerom da posjete određenu web stranicu TZ-a grada Splita. Ukupno je generirano 41.762 klikova i 2.347.220 impresija s prosječnim CTR-om od 1,78% (najviši CTR od 4,77% ostvaren je na tržištu Poljske). Veliki broj čitanja, a i visoki CTR-ovi na društvenim mrežama svjedoče o jakoj zainteresiranosti ciljanih skupina putnika za ponudeni sadržaj i destinaciju te želju za putovanjem u Splitsko-

dalmatinsku županiju. U razdoblju od lipnja do kraja rujna također je provedena kampanja na društvenim mrežama pod nazivom „Respect & Enjoy“, koja je ciljala domaće i strane posjetitelje na području grada Splita i šire okolice s ciljem podizanja svijesti o pristojnom i odgovornom ponašanju tijekom posjete destinaciji. Ukupan doseg (*reach*) kampanje bio je 266.906 korisnika, te je kampanja generirala 11.625 klikova i 1.663.725 impresija. U suradnji s vodećim francuskim turističkim magazinom Petit Fute, uključujući i njihov web portal, provedena je kampanja koja pokriva francusko govorno područje, odnosno Francusku, Belgiju, Švicarsku, Kanadu i Luksemburg. Ostale aktivnosti oglašavanja destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda na drugim emitivnim tržištima, poput Španjolske, Italije, Češke, SAD-a, Kanade, Australije, azijske zemlje, realizirane su u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i Hrvatskom turističkom zajednicom.

Ostvareni cilj ove aktivnosti poticanje potencijalnih turista da posjete destinaciju, stavljajući naglasak na "pričanje priče" o gradu, njegovim jedinstvenostima i raznovrsnoj ponudi, povećanje broja posjetitelja s odabranih emitivnih tržišta, povećanje atraktivnosti posjete Splitu u razdobljima pred i posezone te pozicioniranje Splita kao grad bogate kulturne, gastronomske, sportsko-rekreativne i event ponude tijekom cijele godine.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju aktivnosti Oglašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda utrošeno je ukupno 118.927,54 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak kampanje na društvenim mrežama – 45.868,75 eura;
- Trošak online oglašavanja – 11.254,43 eura;
- Trošak oglašavanja u suradnji s Croatia Airlines (zimski letovi) – 33.291,75 eura;
- Trošak oglašavanja Petit Fute Paris – 3.960,00 eura;
- Trošak ostalog oglašavanja (časopis, magazin, TV kuće) – 20.358,66 eura;
- Trošak oglašavanja kampanje Respect & Enjoy – 1.990,84 eura;
- Trošak najma panoa za oglašavanje – 663,61 eura;
- Trošak dizajna oglasa – 1.432,50 eura;
- Trošak roll up-ova s oglasima – 75,00 eura;
- Trošak banke za pl. doznakom – 32,00 eura.

3.3. Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR)

Organizacija studijskih putovanja za predstavnike medija nastavljena je i u 2023. godini. U suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije organiziran je dolazak preko 30 turističkih novinara i utjecajnih osoba iz medijskog svijeta. Osim dolaska novinara, bloggera, putopisaca i influencera, Turistička zajednica grada Splita podržala je i snimanja reportaža o Splitu, kao što su TV serijal „Wind Masters Croatia 2023“ na Nautical Channel, putopisni serijal produkcijske tvrtke Caledonia TV iz Škotske za program BBC ALBA, kineska putopisna emisija „Divas hit the road“ u produkciji kineske televizijske kuće Hunan Satellite TV, domaća emisija „Ljubav je na selu“, BBC emisija Great Continental Railway Journeys u organizaciji produkcijske kuće FremantleMedia Limited t/a Naked West, televizijski prilog koji prati turističku grupu po Hrvatskoj u organizaciji tvrtke „Trafalgar Tours“, serijal od šest epizoda o Jadranskom moru produkcijske kuća MICA film za njemačko-francusku televizijsku kuću ARTE, snimanje TV showa "Invitation au voyage" za njemačko-francusku televizijsku kuću ARTE (snimanje o književniku Jurici Pavičiću i njegovoj inspiraciji Splitom), britanski putopisni serijal Amazing Railway Adventures with Nick Knowles u organizaciji BAAM Production House, snimanje lokaliteta kulturne baštine za japansku televizijsku kuću BS12 (World Hi-Vision Channel, Inc.), snimanje emisije „This Morning“ britanske nacionalne televizije ITV, snimanje nagrađivane turističke emisije pod nazivom "Valencians al Món" španjolske La Cometa TV, snimanje TV emisije „Wunderschoen“ („Prekrasna“) produkcijske kuće Bavaria Entertainment GmbH, snimanje dviju reportaža talijanske televizijske kuće TV La7, snimanje dokumentarnog serijala „The Traveller" pod pokroviteljstvom Al Jazeera TV Channel, snimanje YouTube serijala pod nazivom: „Travel Guide“ aviokompanije Transavia Airlines, te studijski posjet lokacijskih menadžera koji su sudjelovali na PROFilm Days Conference 2023 (Zagreb). Osim suradnje s globalnim medijima, ostvarena je kontinuirana suradnja s domaćim medijima, kao što su portali i publikacije specijalizirane za turizam, kulturu, gastronomiju i putovanja.

❖ Vlogfest 2023.

Vlogfest je doveo u Hrvatsku key vlog influencere iz cijelog svijeta kako bi iz prve ruke doživjeli ono najbolje što svaka destinacija nudi. Influenceri su dovedeni u zemlju kako bi se

natjecali međusobno u kreiranju video sadržaja. Kroz videa su prikazali svoja iskustva i doživljaj Splita kao destinacije. Tijekom boravka u gradu, svaki Vloger je odabrao one aktivnosti koje su ga najviše zanimala te kreirali video sadržaj u svom stilu. Nakon snimanja i montaže, videa su išla “live” na www.thevlogfest.com kada je započelo glasanje širom svijeta u trajanju od 72 sata. Vlogeri su na dnevnoj bazi za vrijeme natjecanja u Splitu kreirali zanimljivi sadržaj koji su dijelili na Instagram (stories, posts & reels) uz hashtag #visitsplit. Osim navedenog, Vlogfest je pružio online i offline promociju prije i nakon događanja te međunarodni PR za vrijeme događanja (online i offline). Popis Vlogera koji su sudjelovali u natjecanju: Jason Billam, Avalon Totally, Luca Lattazio, Calum McSwiggan, Fabio Tischler, Marta Rossi, Clay Chow i Anela Hrnić.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su prezentacija turističke ponude grada Splita i relevantnih projekata na gradskoj razini koji doprinose poboljšaju boravka turista, jačanje brend imdža destinacije Split u domaćim i inozemnim medijima, diseminacija pozitivnih priča, turističkih inicijativa, projekata i događanja u gradu Splitu, te informiranje o aktualnostima, događanjima i turističkim atrakcijama u Splitu.

Nositelj aktivnosti: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita i partneri (agencije)

Na realizaciju aktivnosti Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR) utrošeno je ukupno 37.438,76 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak honorara turističkog vodiča i glazbeno izvođača – 586,26 eura;
- Trošak honorara za izradu reportaža za novinare – 4.210,00 eura;
- Trošak službenog putovanja s novinarima – 910,28 eura;
- Trošak organizacije Vlogfesta – 19.000,00 eura;
- Trošak smještaja novinara – 2.335,34 eura;
- Trošak ulaznica u muzeje – 195,00 eura;
- Trošak studijskog putovanja kineskih novinara – 234,00 eura;
- Trošak parkinga za produkcijske kuće – 1.180,48 eura;
- Trošak turističkih vođenja – 1.293,00 eura;
- Trošak izdavanja potvrda HGU – 1,50 eura;

- Trošak 40 komada knjiga (poklon suvenir za novinare) – 800,00 eura;
- Trošak poklon kutija (poklon suvenir za novinare) – 861,25 eura;
- Trošak 60 komada domaćeg likera Dujina moć (poklon suvenir za novinare) – 825,00 eura;
- Trošak 98 komada platnenih vrećica s DayDream sapunom od 35g (poklon suvenir za novinare) – 441,80 eura;
- Trošak konzumacije jela i pića novinara – 4.564,85 eura.

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

Hrvatska turistička zajednica kao nacionalna turistička organizacija svojim promidžbenim aktivnostima podiže svijest o Hrvatskoj kao atraktivnoj turističkoj destinaciji tijekom cijele godine, te time ujedno utječe na povećanje potražnje za hrvatskim turističkim proizvodima, te povećanje turističkog prometa i opće potrošnje. Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je u strateškim projektima u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, aviokompanijama i privatnim sektorom, a suradnja se realizirala na temelju Poziva za iskaz interesa za provedbu promotivnih kampanja sa strateškim partnerima na inozemnim tržištima u 2023. godini, koji objavljuje Hrvatska turistička zajednica na <https://www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/strateski-marketinski-projekti/strateski-projekti/2023>. Suradnja je ostvarena sa sljedećim partnerima: Croatia Airlines, EasyJet, Eurowings, KLM Royal Dutch Airlines, Jet2com.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su povećanje atraktivnosti i konkurentnosti Hrvatske (i Splita) kao turističke destinacije te jačanje turističke potražnje i potrošnje na području destinacije.

Nositelj aktivnosti: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita i partneri (aviokompanije, hoteli, agencije)

Na realizaciju aktivnosti Marketinške i poslovne suradnje utrošeno je ukupno 100.878,08 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak Croatia airlines – 27.750,00 eura;

- Trošak Jet2 – 6.250,00 eura;
- Trošak Eurowings – 12.500,00 eura;
- Trošak KLM Royal Dutch Airlines – 12.500,00 eura;
- Trošak EasyJet – 22.500,00 eura;
- Trošak udruženog oglašavanja (hoteli, organizatori putovanja) – 19.355,58 eura;
- Trošak banke za plaćanje doznakom oglasa – 22,50 eura.

3.5. Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice

Turistička zajednica grada Splita nastupila je na turističkim sajmovima samostalno i u koordinaciji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije u okviru izlagačkog prostora Hrvatske turističke zajednice. Troškovi uključuju troškove organizacije, kotizacija, najma štanda, trošak promidžbenih materijala, troškovi putovanja predstavnika. U nastavku su prikazani važniji sajmovi i posebne prezentacije na kojima je sudjelovala Turistička zajednica grada Splita u 2023. godini.

- New York Travel & Adventure Show (28. – 29. siječnja 2023.)

Hrvatska je jedina europska zemlja sa statusom partnera sajma New York Travel & Adventure Show 2023, te je tom prilikom organiziran poseban "hrvatski paviljon" u kojem je dio njene ponude na sajmu zastupalo 46 hrvatskih entiteta, koji su imali priliku održati vlastite prezentacije ispred najvažnijih partnera s američkog tržišta. Posebno za ovaj sajam, Turistička zajednica grada Splita u suradnji umjetničkom organizacijom YELO, autorom projekta, osmislila je, dizajnirala i otiskala mape „Audio stories from Split to New York“. Projekt je prezentiran tijekom sajma gdje je naišao na jako pozitivne reakcije svih posjetitelja. Riječ je o besplatnoj mobilnoj aplikaciji „Hrvatski zvukopis“ koja sadrži zvučno oblikovane neobjavljene kratke urbane priče hrvatskih autora i odlomke pisanih djela stare hrvatske književnosti na hrvatskom i engleskom jeziku. U sklopu sajma održane su dvije prezentacije u trajanju od 20 min. Prema službenim podacima, New York Travel Adventure Show posjetilo je oko 22.000 posjetitelja (znatan porast u odnosu na godinu prije – broj posjetitelja 14.000), od čega preko 3.000 iz segmenta turističkih agenata, turoperatora i medija.

- ITB (Internationale Tourismus-Börse) Berlin (7. - 9. ožujka 2023.)

ITB Berlin je vodeći svjetski turistički sajam koji iz godine u godinu okuplja najvažnije dionike u turizmu. ITB Berlin je sajam od velike važnosti za turističku industriju i ponovno se nakon 3 godine održao u formi kakvoj je bio prije. Nakon pauze i pod sloganom 'Otvoreno za promjene', World's Leading Travel Trade Show se po prvi put vratio kao isključivo B2B događaj i potvrdio svoju poziciju vodeće platforme globalne turističke industrije. ITB Berlin 2023. uspješno je završio s oko 5500 izlagača iz 161 zemlje te s brojkom od 90.127 posjetitelja World's Leading Travel Trade Show zadržava svoju poziciju vodeće platforme za globalnu industriju putovanja.

- B-TRAVEL Barcelona (24.-26. ožujka 2023.)

Sajam pod nazivom “B-travel” u Barceloni trajao je tri dana te je bio otvoren i usmjeren za široku publiku. Sajmovi poput ovoga pokazuju da termin “face to face” još uvijek ima važnu ulogu u promociji destinacije te poslovnom svijetu turizma. Prema službenim podacima organizatora, posjetitelja je bilo 25.480, dok je izlagača bilo 118 iz 35 međunarodnih destinacija.

- Croatia & Slovenia: Naturally Yours – Taste, Feel, Love (23. listopada 2023.) i Elevate konferencija (22. i 23. listopada 2023.), New York, SAD

Hrvatska turistička zajednica i Slovenska turistička organizacija provele su zajedničku promotivnu kampanju pod nazivom „Naturally Yours – Taste, Feel, Love“ usmjerenu na goste najviše platežne moći, a s ciljem snažnijeg pozicioniranja Hrvatske i Slovenije kao atraktivnih cjelogodišnjih destinacija na tržištu SAD-a. Kampanja je sufinancirana sredstvima Europske komisije, kroz program Co-branding of Promotional Campaigns Europske putničke komisije (European Travel Commission – ETC). U sklopu kampanje, Hrvatska turistička zajednica i Slovenska turistička organizacija, u suradnji s predstavništvom HTZ-a za Sjevernu Ameriku te uz podršku Europske putničke komisije (ETC), organizirali su zajedničku specijaliziranu radionicu za hrvatske, slovenske i američke partnere iz luksuznog segmenta putovanja, čije je poslovanje fokusirano na manje multigeneracijske obiteljske grupe i FIT goste najviše platežne moći (high-net worth individuals – HNWI), koja se održala 23. listopada 2023. u

New Yorku. Sudjelovalo je najmanje 40 američkih turoperatora/agencija/savjetnika za putovanja iz grupacije Global Travel Collection (Internova Travel Group). Elevate konferencija održala se na istom mjestu gdje i radionica kampanje „Naturally Yours – Taste, Feel, Love“, te je namijenjena agentima koji se bave leisure turizmom i usmjereni su na manje grupe koje žele što bolje i kvalitetnije istražiti destinaciju, a posebna pažnja u prezentaciji bila je posvećena selektivnim oblicima turizma te individualnom iskustvu za goste najviše platežne moći.

- World Travel Market London 2023 (6. – 8. studenog 2023.)

Turistička zajednica grada Splita sudjelovala je zajedno s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije na WTM London 2023 kao suizlagač na štandu Hrvatske turističke zajednice. World Travel Market London 2023 posjetilo je 43.727 posjetitelja, što je povećanje od 22% u odnosu na prethodnu godinu. Sajam je bio domaćin 4.560 kvalificiranih kupaca te je organizirao 29.077 prethodno rezerviranih sastanaka, omogućavajući industriji turizma planiranje i zaključivanje poslova za buduće godine. Dodatno, sajam je privukao i 1.976 predstavnika medija, što predstavlja povećanje od 31% u odnosu na godinu prije, dok je broj izlagača porastao za 23% u odnosu na prethodnu godinu, dosegnuvši 3.875. Sajam je bio 5,3% veći od pretpandemijskog izdanja održanog 2019. godine.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su povećanje vidljivosti i prepoznatljivost destinacije Split na međunarodnom tržištu, poticanje poslovne suradnje inozemnih agenata s destinacijskim dionicima i njihovo umrežavanje te unaprjeđenje imidža Splita kao turističke destinacije.

Nositelj aktivnosti: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita

Na realizaciju aktivnosti Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice utrošeno je ukupno 26.279,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak službenih putovanja na sajmove i prezentacije – 16.112,72 eura;
- Trošak prezentacije na pomorskom festivalu Morbihan – 1.327,29 eura;
- Trošak tiska letaka i karti za sajmove – 234,65 eura;
- Trošak najma dvorane za prezentaciju – 150,00 eura;

- Trošak prijave za radionicu u New Yorku – 250,00 eura;
- Trošak banke za plaćanje doznakom hotela – 34,73 eura;
- Trošak štanda na sajmu New York – 3.110,95 eura;
- Trošak štanda na sajmu WTM London – 3.234,89 eura;
- Trošak štanda na sajmu ITB Berlin – 1.823,78 eura.

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

Turistička zajednica grada Splita je tijekom 2023. organizirala, provodila i pružala podršku studijskim putovanjima turističkih agenata / turoperatora i potporu organizaciji kongresa u destinaciji. Najveći dio studijskih putovanja ostvario se u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Splitsko– dalmatinske županije. Osim suradnje sa sustavom turističkih zajednica, Turistička zajednica grada Splita organizacijski je podržala i studijska putovanja agenata u suradnji sa sljedećim agencijama: Calvados Club Luxury & Experiental Travel DMC, Obzor putovanja & Croatia Airlines, Katarina Line, Iworld of Travel & Adriatic Service Travel DMC, Q travels, Uniline i Turkish Airlines. Domaćinstvo je pruženo za preko 100 inozemnih agenata i turoperatora.

U 2023. godini u suradnji s HTZ-om i TZ Splitsko- dalmatinske županije realizirana je organizacija THE MEETING SPACE kongresa u kojem su sudjelovala najvažnija imena MICE (*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*) industrije: www.themeetingsspace.com. The Meeting Space održava se tri puta godišnje na svjetskim destinacijama, a glavni fokus je na sastancima i umrežavanju za vrijeme događanja te spajanju najutjecajnijih kupaca s dobavljačima u MICE industriji. Glavni cilj je povezivanje preko 750 profesionalaca kongresnog turizma na preko 6.000 sastanaka koji se održavaju u ključnim poslovnim destinacijama Europe, a ove godine je kao ključna poslovna destinacija odabran grad Split. Razlog odabira grada Splita kao domaćina je izniman potencijal grada Splita i okolice u razvoju poslovnog turizma. Na radionici je tako preko 240 sudionika imalo priliku sudjelovati u različitim networking aktivnostima gdje su bolje upoznali ponudu Splita i okolice.

Među studijskim putovanjima ističe se PRE-MEETEX FAM TRIP (Split & Plitvice & Zagreb), koje se održalo u razdoblju od 26. do 28. ožujka 2023. Prije održavanja samog MEETEX-a, Kongresni odjel Hrvatske turističke zajednice, u suradnji s Turističkom zajednicom grada Splita i Nacionalnim parkom Plitvička jezera, stranim je kupcima organizirao sudjelovanje na inspekcijskom putovanju radi detaljnijeg upoznavanja destinacije Split. Agenti i turoperatorima su imali priliku bolje upoznati destinaciju te su imali bogat program boravka koji je uključivao razgled grada, site inspection hotela uz prezentaciju te posjet zanimljivim venue lokacijama poput Galerije Meštrović i Podruma Dioklecijanove palače. Osim toga, imali su priliku uživati u gastronomskoj i kulturnoj ponudi destinacije.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su pružanje turoperatorima i turističkim agentima detaljan uvid u turističku ponudu grada Splita, poticanje prodaje aranžmana te poticanje izgradnje dugoročnih poslovnih odnosa s destinacijskim pružateljima usluga.

Nositelj aktivnosti: Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Splitsko-dalmatinske županije, Turistička zajednica grada Splita i partneri (hoteli, aviokompanije, agencije)

Na realizaciju aktivnosti Suradnja s organizatorima putovanja utrošeno je ukupno 44.591,83 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak službenih putovanja – 5.478,70 eura;
- Trošak glazbenih izvođača na kongresima – 4.816,60 eura;
- Trošak taxi prijevoza organizatorima putovanja – 5,00 eura;
- Trošak obilazaka, ulaznica i smještaja organizatora putovanja – 1.634,64 eura;
- Trošak organizacije The Meeting Space kongresa – 16.662,50 eura;
- Trošak nastupa klapa i folklor – 4.250,00 eura;
- Trošak parkinga – 106,18 eura;
- Trošak najma dvorane za poslovnu radionicu – 150,00 eura;
- Trošak najma pozornice i opreme – 2.265,45 eura;
- Trošak turističkih vodiča – 5.103,10 eura;
- Trošak tečaja francuskog jezika za hotelijere – 1.089,17 eura;
- Trošak predavača – 200,00 eura;
- Trošak izdavanja HGU potvrda za glazbene izvođače – 4,50 eura;

- Trošak vrećica – 9,00 eura;
- Trošak konzumacije jela i pića te cvijeća – 2.778,56 eura;
- Trošak kamate na PDV The Meeting Space – 38,43 eura.

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

U 2023. godini kreirali su se online i offline promotivni materijali destinacije Split. Izradili su se i distribuirali postojeći informativni materijali, kao što su Welcome magazin – časopis za turizam i kulturu, gradske mape, image brošure i vodiči. U 2023. godini ostvarena je suradnja s Hrvatskom turističkom zajednicom, Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije i tvrtkom Croatia Airlines u razvoju, izradi i distribuciji suvenira „Dalmatinska marena“, koji se dijelio domaćim i stranim posjetiteljima tijekom letova Croatia Airlines u Split. Projekt regionalne gastronomije "Dalmatinska marena" razvija se u suradnji s ugostiteljima s područja cijele Splitsko-dalmatinske županije, a s ciljem brendiranja dalmatinske marenade kao neizostavnog dijela domaćeg gastronomskog identiteta. "Dalmatinska marena" je paketić u kojem su dalmatinski gastronomski specijaliteta: pršut, šalša, mandulat, arancini te krekeri od maslinovog ulja i ružmarina.

Ostvareni cilj ove aktivnosti je unaprijeđenje prezentacije i promocije turističke ponude grada.

Nositelj aktivnosti: Turistička zajednica grada Splita i partneri

Na realizaciju aktivnosti Kreiranje promotivnog materijala utrošeno je ukupno 102.004,51 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak autorskih tekstova za Welcome magazin – 1.691,22 eura;
- Trošak autorskih prijevoda za Welcome magazin – 917,78 eura;
- Trošak autorskih fotografija za Welcome magazin – 1.873,26 eura;
- Trošak dizajna i pripreme Welcome magazine – 3.721,50 eura;
- Trošak tiska 1.500 kom Welcome magazine – 4.181,25 eura;
- Trošak teksta i lekture na engleskom jeziku – 496,00 eura;
- Trošak autorskog teksta i uredništva Welcome magazina – 1.780,00 eura;

- Trošak prijevoda za letke – 402,17 eura;
- Trošak autorskog oblikovanja – 669,27 eura;
- Trošak suradnje sa tvrtkom Croatia Airlines (projekt Dalmatinska marena) – 26.544,50 eura;
- Trošak 400.000 kom CityMap B3 – 23.000,00 eura;
- Trošak 100.000 kom mape City Map B4 – 4.250,00 eura;
- Trošak 6.000 kom. dječje mape Split for Kids – 675,00 eura;
- Trošak 8.000 kom. mape B4 Stobreč – 500,00 eura;
- Trošak 6.000 kom. letka Stobreč – 975,00 eura;
- Trošak brošure Splitska rivijera – 1.311,96 eura;
- Trošak tiska ostalih letaka i plakata – 2.535,64 eura;
- Trošak pripreme mjesečnika Visit Split – 8.490,96 eura;
- Trošak prijevoda tekstova – 150,00 eura;
- Trošak idejnog i izvedbenog rješenja – 3.658,75 eura;
- Trošak tiska banneru Stobreč – 1.152,00 eura;
- Trošak printa u boji A3 – 165,66 eura;
- Trošak Citylight-a Stobreč – 522,65 eura;
- Trošak 10.000 kom SplitInYourPocket – 2.750,00 eura;
- Trošak 5.000 kom Discover Split Guide – 2.500,00 eura;
- Trošak 1.470 kom zlatne imidž brošure – 2.756,25 eura;
- Trošak 5.000 kom A5 imidž brošure – 3.312,50 eura;
- Trošak 50 kom dvojezične slikovnice i knjige Wow, ovo je Hrvatska – 496,19 eura;
- Trošak 50 kom dvojezične slikovnice Velike kuće – 525,00 eura.

3.8. Internet stranice

U 2023. godini nastavila se provoditi komunikacija putem krovne mrežne stranice <https://visitsplit.com/> i podstranice Hrvatske turističke zajednice <https://visitsplit.croatia.hr/>, koja je posvećena destinaciji Split. Trošak ove aktivnosti odnosi se na održavanje krovne mrežne stranice i kreiranje sadržaja za podstranicu Hrvatske turističke zajednice.

Na realizaciju aktivnosti Internet stranice utrošeno je ukupno 25.599,87 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak održavanja web kamere – 1.544,10 eura;
- Trošak teksta i dopune web i Facebook stranica – 8.966,27 eura;
- Trošak izrade internet stranica – 13.000,00 eura;
- Trošak godišnjeg hostinga www.visitsplit.com – 1.802,50 eura;
- Trošak aplikacije za grafički dizajn – 280,74 eura;
- Trošak negativne tečajne razlike za plaćanje aplikacije – 6,26 eura.

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

U 2023. godini Turistička zajednica grada Splita nastavila je s ažuriranjem baze podataka o turističkoj ponudi destinacije. Ostvareni cilj ove aktivnosti je nadopuna baze podataka ponude destinacije s naglaskom na fotografije i video zapise turističke ponude.

Na realizaciju aktivnosti Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka utrošeno je ukupno 37.417,58 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak izrade promotivnog video materijala – 6.528,96 eura;
- Trošak autorskih snimki i fotografija – 2.626,01 eura;
- Trošak digitalizacije Split Walking Tour – 5.000,00 eura;
- Trošak izrade promotivnog video materijala Advent u Splitu 2023./2024. – 6.900,00 eura;
- Trošak fotografija – 7.810,00 eura;
- Trošak fotografske produkcije biciklističkih staza – 6.640,11 eura;
- Trošak snimanja Slatina – 450,00 eura;
- Trošak video materijala i fotografija za Štorije o' spize / Gastro mjesec – 1.462,50 eura.

3.10. Turističko-informativne aktivnosti

❖ Rad informativnih centara

Turistička zajednica grada Splita upravlja s 4 informativna centra na Rivi, Peristilu, u Stobreču i Slatinama u kojima su dostupne informacije o turističkoj ponudi Splita, ali i cijele Splitsko-dalmatinske županije. Osim pružanja informacija turistima, Turistička zajednica grada Splita u posebnom uredu za iznajmljivače informira sve pružatelje usluga smještaja o zakonskim obvezama i drugim informacijama važnim za administrativno poslovanje. Trošak se odnosi na trošak funkcioniranja informativnih centara i plaće zaposlenika informativnih centara, uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća.

Na realizaciju aktivnosti Rad informativnih centara utrošeno je ukupno 336.216,90 eura.

❖ Valorizacija sportske infrastrukture – Bike proizvod Splitske rivijere

U 2023. godini provedena je aktivnost valorizacije sportske infrastrukture na području Splitske rivijere u suradnji s Turističkom zajednicom Splitsko-dalmatinske županije, lokalnim turističkim zajednicama na području Splitske rivijere (Kaštela, Omiš, Dugi rat, Marina, Trogir, Okrug, Šolta, Podstrana, Solin i Seget) i tvrtkom Top Sport Events.

Ostvareni cilj ove aktivnosti je valorizacija područja biciklističkih staza, odnosno razvoj biciklističkog proizvoda na području Splitske rivijere istok i Splitske rivijere zapad.

Na realizaciju aktivnosti Valorizacija sportske infrastrukture utrošeno je ukupno 23.242,47 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak označavanja MTB biciklističkih staza – 10.360,67 eura;
- Ostali troškovi Bike proizvoda – 6.640,11 eura;
- Trošak idejnog rješenja, grafičkog rješenja i pripreme brošure – 4.249,66 eura;
- Trošak analize pružanja usluga za bicikliste – 1.992,03 eura.

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

4.1. Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor

U 2023. godini nastavile su se aktivnosti ulaganja u turističko-informacijske sustave na području destinacije i digitalne alate (mobilne aplikacije, web aplikacije) koji promiču i prezentiraju turističku ponudu destinacije domaćim i stranim posjetiteljima, te pružaju podršku članovima turističke zajednice, posebice pružateljima ugostiteljskih usluga u objektima u domaćinstvu, u administrativnom poslovanju.

Na realizaciju aktivnosti Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor utrošeno je ukupno 17.518,46 eura prema sljedećoj strukturi:

- Turističko informativne ploče za novootvorene hotele – 12.000,00 eura;
- Aplikacija Audioguide.hr (Splitski olimpijci) – 331,81 eura;
- Najam mobilne aplikacije Plaja – 767,46 eura;
- Najam mobilne aplikacije Dalmatia AI – 437,50 eura;
- Korištenje aplikacije mVisitor-a – 3.981,69 eura.

4.2. Stručni skupovi i edukacije

U 2023. godini provedene su edukacije namijenjen turističkim dionicima i djelatnicima TZ-a. Održane su dvije edukacije za iznajmljivače u veljači i ožujku 2023 te tečaj engleskog jezika za iznajmljivače. Svaka edukacija imala je 50 sudionika. Tematski su obuhvatile područje administrativnog poslovanja iznajmljivača, ulogu domaćina u turizmu, rekategorizaciju objekata, oglašavanje na društvenim mrežama te prezentaciju smještajnih objekata i destinacija. Dodatno, podržana su dva edukacijska programa Turističke zajednice Splitsko-dalmatinske županije za javni i privatni sektor, koja su se održala u studenom i prosincu 2023. na temu Make Sustainability Simple i Pristupačni turizam.

Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su unaprjeđenje turističke ponude kroz stjecanje novih znanja i vještina., tj. kvalitete usluga u turističkim subjektima, osposobljavanje dionika u turizmu za

razvoj novih turističkog proizvoda i bolju isporuku turističkih usluga, te podizanje kvalitete ljudskih resursa u turizmu.

❖ **Edukacije u sklopu EU projekta „Palača života – grad mijenja/Palace of Life – City of Changes“**

Turistička zajednica grada Splita je 2023. godine u okviru EU projekta Palača života – grad mijenja organizirala i provela edukaciju za turističke vodiče grada Splita. Održane edukacije za turističke vodiče pružile su specifična znanja kako bi turistički vodiči mogli kvalitetno interpretirati povijest, kulturno naslijeđe i značaj lokaliteta obuhvaćenih projektom, što će doprinijeti boljem razumijevanju i doživljaju posjetitelja tijekom njihovih turističkih obilazaka stare gradske jezgre.

Na realizaciju aktivnosti Stručni skupovi i edukacije utrošeno je ukupno 20.655,50 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak seminara za zaposlenike – 305,00 eura;
- Trošak najma dvorana za edukacije – 420,00 eura;
- Trošak organiziranih edukacija – 6.030,50 eura;
- Trošak domjenka tijekom edukacija – 800,00 eura;
- Trošak edukacije turističkih vodiča u sklopu EU projekta Palača života – grad mijenja – 13.100,00 eura.

4.3. Upravljanje kvalitetom u destinaciji

❖ **Sustav nagrađivanja**

Sustavom nagrađivanja potiče se pojedince i tvrtke na usavršavanje i podizanje kvalitete usluge. U 2023. godini Turistička zajednica grada Splita podržala je dugogodišnji uspješni rad Udruge Split Maraton i Triatlon kluba Splita u domeni promocije Splita kao sportsko-rekreacijske destinacije i organizacije veliki sportskih događanja, kao što su Split Maraton i Marjanski đir - Prvenstvo Hrvatske u olimpijskom triatlonu za dobne skupine.

Na realizaciju aktivnosti Sustav nagrađivanja utrošeno je ukupno 2.654,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak nagrade Udruzi Split Maraton – 1.327,00 eura;
- Trošak nagrade Triatlon klubu Split – 1.327,00 eura.

❖ **Projekt SplitCard**

Projektom SplitCard Turistička zajednica grada Splita nudi niz pogodnosti za turiste tijekom cijele godine. Ostvareni cilj ove aktivnosti je poticanje suradnje s privatnim sektorom i poticanje turista na potrošnju u destinaciji. SplitCard karticom potaknulo se goste da posjete što veći broj muzeja, galerija, kulturnih atrakcija, upoznaju kulturne i prirodne atrakcije u okviru izletničkih programa agencija, te uživaju u splitskoj gastronomskoj ponudi restorana uključenih u projekt.

Na realizaciju aktivnosti SplitCard utrošeno je ukupno 6.741,50 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak 3.000 kom letka SplitCard – 450,00 eura;
- Trošak 4.000 kom kartica SplitCard – 3.350,00 eura;
- Trošak participacija za ulaznice u muzeje – 2.941,50 eura.

❖ **Projekt City Break**

Turistička zajednica grada Splita nastavila je i 2023. godini provoditi City Break program. Ovim projektom turistima je pružena dobrodošlica i dodatno ih motiviralo za dolazak u grad Split i izvan ljetnih mjeseci. Brojni splitski hoteli prepoznali su ovaj projekt kao zanimljiv i koristan način nadopune hotelske City Break ponude.

Program City Break trajao je u razdoblju od 1. siječnja do 31. ožujka i od 7. listopada do 31. prosinca 2023. godine i uključuje:

- Besplatni razgled gradske jezgre (subotom u 10 sati na hrvatskom ili engleskom jeziku),

- Karte za predstave u subotu (HNK Split) i
- Besplatna kartica SplitCard.

Pravo korištenja pogodnosti City Break programa ostvaruju gosti koji realiziraju minimalno dva noćenja u hotelskom smještaju (može biti petak i subota ili subota i nedjelja).

Na realizaciju aktivnosti City Break utrošeno je ukupno 11.437,00 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak ulaznica za predstave HNK Split – 10.947,00 eura;
- Trošak turističkih vodiča – 490,00 eura.

4.4. Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša

❖ Akcija čišćenja podmorja i plaža

Ekološka akcija uklanjanja otpada iz mora i s plaže Trstenik 'Eko Sub-Advent', pod pokroviteljstvom Turističke zajednice grada Splita i predanih ronioca volontera, provedena je u subotu, 16. prosinca 2023. Unatoč otežanim uvjetima, zbog jake bure koja je puhala, uspješno se sakupilo 200 vreća otpada, a među njima se našlo i 30 automobilskih guma. U ovoj akciji sudjelovalo je 80 ronioca i volontera na kopnu iz cijele države te susjedne Bosne i Hercegovine. Iz grada Splita i okolice akciji su se priključili KPA Iglun, RK Nautilus, RK Giričić, PIK Mornar, RKV IV Gardijske Brigade, REK Monachus, PŠRD Poljud dok su se iz ostalih područja priključili DPS iz Zagreba, RK Sisak, KPA Vodomar te Baština Slatine. Akciji su se također priključili i prijatelji iz Bosne i Hercegovine KPA Explorer i REK Lanterna. Akciju su također poduprli Crveni križ, ZHM SDŽ te Le Meridien Lav, Food bar Doza i Pivnica Prostor te Čistoća Split. Ova suradnja simbolizira predanost svih, sudionika i organizatora, volontera i prijatelja ka očuvanju prirodnih ljepota Jadranskog mora, podizanju svijesti o važnosti očuvanja morske ekologije te poticanju zajedništva destinacijskih dionika.

Ostvareni cilj ove aktivnosti poticanje suradnje između javnog sektora, privatnog sektora i nevladinih udruga u ostvarivanju održivog razvoja destinacije kroz očuvanje destinacijskog okoliša i ekosustava.

Na realizaciju aktivnosti Akcija čišćenja podmorja i plaža utrošeno je ukupno 5.167,33 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak hrane i pića za sudionike akcije – 1.195,04 eura;
- Trošak smještaja za sudionike akcije – 250,00 eura;
- Trošak selektivnog odvoza otpada – 375,00 eura,
- Trošak najma WC kabina – 125,00 eura;
- Trošak tima HMP – 360,00 eura;
- Trošak tiska zahvalnica za sudionike akcije – 56,25 eura;
- Trošak majica SubAdvent – 1.564,38 eura;
- Trošak potrošnog materijala za eko akciju – 1.061,66 eura;
- Trošak ulaznica u muzej za sudionike akcije – 180,00 eura.

❖ **Valorizacija kulturne baštine**

U 2023. godini provedene su aktivnosti valorizacije kulturne baštine kroz razvoj web aplikacije proširene stvarnosti pod nazivom Dioklecijan 3D. Web aplikacija Dioklecijan 3D prikazuje 3D animirane modele cara Dioklecijana, njegove osobne straže i vojske, rimske brodove koji su prevozili kamene blokove s otoka Brača za izgradnju Dioklecijanove palače, te brojne druge animacije koje korisnike vode kroz Dioklecijanovu povijest. Korisnik treba skenirati QR kod na letku kako bi pokrenuo sustav za prikaz 3D animiranih modela i kroz kameru mobilnog uređaja može ih vidjeti u stvarnom prostoru i vremenu, te se i fotografirati uz modele.

Ostvareni cilj ove aktivnosti je poboljšanje interpretacije kulturne baštine grada Split kroz korištenje moderne tehnologije.

Na realizaciju aktivnosti Valorizacija kulturne baštine, odnosno razvoj web aplikacije proširene stvarnosti Dioklecijan 3D, što uključuje programiranje, modeliranje i digitalno oblikovanje likova, utrošeno je ukupno 13.271,63 eura.

❖ **Odgovorni, održivi turizam**

Turistička zajednica grada Splita je u 2023. financirala uvođenje zaštitarskih službi koje su komunalnim redarima Grada Splita asistirale u primjeni nove Odluke o javnom redu i miru na području grada Splita. Zaštitarske službe angažirao je Grad Split. Ostvareni ciljevi ove aktivnosti su dodatna zaštita kulturne baštine grada Splita, zaštita i očuvanje kvalitete života lokalnog stanovništva te očuvanje kvalitete i imidža grada Splita kao turističke destinacije.

Na realizaciju aktivnosti Odgovorni, održivi turizam, odnosno angažman zaštitarskih službi, utrošeno je ukupno 33.141,83 eura.

❖ **Projekt uređenja naselja Slatine**

U okviru projekta uređenja naselja Slatine izrađen je projekt uređenja parka Miljenka Smoje, koji se planira realizirati po fazama. U 2023. godini u parku Miljenka Smoje postavljeno je automatsko navodnjavanje. Također, uložena su sredstva u nabavu božićnih ukrasa i svjetlosnih dekoracija za ukrašavanje javnih površina u Slatinama. Na realizaciju aktivnosti uređenja naselja Slatine utrošeno je ukupno 16.100,54 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak geodetskih snimki naselja Slatine – 750,00 eura;
- Trošak projektne dokumentacije park Slatine – 7.500,00 eura;
- Trošak uređenja parka Slatine – 2.581,41 eura;
- Trošak blagdanske svjetlosne dekoracije Slatine – 5.269,13 eura.

❖ **Projekt uređenja naselja Stobreč**

U okviru projekta uređenja naselja Stobreč uređeno je područje oko HEP-ove trafostanice, koji se nalazi između obnovljene stare četrtne, koju je Turistička zajednica grada Splita obnovila prije dvije godine, i novoobnovljenih stepenica. Ta mikro lokacija se nalazi ispod crkve, te je sada čitavo to područje uređeno i obloženo u kamen. U okviru projekta postavljen je i city light s tekstom o Stobreču, odnosno Sv. Lovri. Također, u 2023. godini uloženo je u automatsko navodnjavanje parka Stobreč, koji do sada nije bio pokriven sustavom automatskog navodnjavanja, te su osigurana sredstva za izradu projekta uređenja starog

boćališta, koji se planira realizirati kroz nekoliko faza. Na realizaciju aktivnosti uređenja naselja Stobreč utrošeno je ukupno 23.468,82 eura prema sljedećoj strukturi:

- Trošak uređenja klupa Put prema izvoru – 1.524,00 eura;
- Trošak projektne dokumentacije park Stobreč – 3.125,00 eura;
- Trošak dizajna i pripreme – 1.125,00 eura;
- Trošak tiska plakata – 187,50 eura;
- Trošak automatskog navodnjavanja parka – 2.562,90 eura;
- Trošak table – 242,16 eura;
- Trošak uređenja površina – 10.758,51 eura;
- Trošak samostojećeg svjetlosnog panoa – 3.943,75 eura.

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA

Turistička zajednica grada Splita član je Hrvatske udruge profesionalaca kongresnog turizma (HUPKT) i Hrvatske gospodarske komore (HGK).

Na članstvo u strukovnim organizacijama utrošeno je sveukupno 120,00 eura.

6. ADMINISTRATIVNI RASHODI

6.1. Plaće

Trošak se odnosi na plaće zaposlenika Turističke zajednice grada Splita, uključujući pripadajuće troškove sukladno zakonskim propisima koji reguliraju obračun plaća. U ostale pripadajuće troškove ubrajaju se regres, dar djeci, topli obrok, jubilara nagrada zaposleniku te ostale naknade sukladno zakonskim propisima.

Na plaće zaposlenika Turističke zajednice grada Splita utrošeno je sveukupno 245.452,67 eura.

6.2. Materijalni troškovi

Trošak se odnosi na troškove funkcioniranja ureda turističke zajednice, što uključuje režijske troškove, troškove zakupa prostora, uredsku opremu i materijal, održavanje prostora, troškove platnog prometa, odvjetničke i javnobilježničke troškove, troškove poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i ostale troškove koji se odnose na rad ureda turističke zajednice.

Na troškove funkcioniranja ureda turističke zajednice utrošeno je sveukupno 56.568,44 eura.

6.3. Tijela turističke zajednice

Trošak obuhvaća sve relevantne izdatke povezane s funkcioniranjem tijela Turističke zajednice grada Splita - Turističko vijeće TZGS i Skupština TZGS. To uključuje troškove zakupa prostora i, prema potrebi, opreme za održavanje sastanaka tijela TZGS, naknade za članove Turističkog vijeća, putne troškove članova tijela turističke zajednice, troškove reprezentacije, pripremu i distribuciju materijala te ostale izdatke povezane s operativnim aspektima rada tijela unutar turističke zajednice.

Na rad tijela Turističke zajednice grada Splita - Turističko vijeće TZGS i Skupština TZGS - utrošeno je sveukupno 12.433,01 eura.

REALIZACIJA FINANCIJSKOG PLANA 2023.

	PRIHODI	Plan 2023.	Rebalans 2023.	Realizacija 2023.	udio % u realizaciji	indeks
						realizacija
						/rebalans
1.	Izvorni prihodi	1.953.295	2.046.978	2.502.377	83,10%	122
1.1.	Turistička pristojba	1.194.505	1.194.505	1.317.125	43,74%	110
1.2.	Članarina	758.790	852.473	1.185.252	39,36%	139
2.	Prihodi iz proračuna općine/grada/županije i državnog proračuna	477.802	480.928	459.834	15,27%	96
3.	Prihodi od sustava turističkih zajednica	3.982	3.982	3.500	0,12%	88
4.	Prihodi iz EU fondova	53.089	53.089	37.267	1,24%	70
5.	Prihodi od gospodarske djelatnosti	9.290	9.290	8.282	0,28%	89
6.	Preneseni prihod iz prethodne godine	79.634	0	0	0,00%	–
7.	Ostali prihodi	133	133	1	0,00%	1
	SVEUKUPNO	2.577.225	2.594.400	3.011.261	100,00%	116
	AKTIVNOSTI	Plan 2023.	Rebalans 2023.	Realizacija 2023.	udio % u realizaciji	indeks
						realizacija
						/rebalans
1.	ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE	40.812	30.654	31.278	1,25%	102
1.1.	Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata	38.158	28.000	28.713	1,14%	103
1.2.	Istraživanje i analiza tržišta	0	0	0	0,00%	–
1.3.	Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti	2.654	2.654	2.565	0,10%	97
2.	RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA	1.031.256	1.105.296	1.063.647	42,39%	96
2.1.	Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda	19.908	19.908	20.000	0,80%	100
2.2.	Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda	0	0	0	0,00%	–
2.3.	Podrška razvoju turističkih događanja	865.353	939.393	907.817	36,18%	97
2.4.	Podrška turističkoj industriji	145.995	145.995	135.830	5,41%	93
3.	KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE	964.895	977.913	949.804	37,85%	97
3.1.	Definiranje <i>branding</i> sustava i <i>brend</i> arhitekture	96.622	96.622	97.207	3,87%	101
3.2.	Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda	132.723	132.723	118.928	4,74%	90
3.3.	Odnosi s javnošću: globalni i domaći PR	39.817	39.817	37.439	1,49%	94
3.4.	Marketinške i poslovne suradnje	99.542	99.542	100.878	4,02%	101
3.5.	Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice	13.272	26.290	26.279	1,05%	100
3.6.	Suradnja s organizatorima putovanja	53.089	53.089	44.592	1,78%	84
3.7.	Kreiranje promotivnog materijala	106.178	106.178	102.005	4,06%	96

3.8.	Internetske stranice	26.545	26.545	25.600	1,02%	96
3.9.	Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka	39.817	39.817	37.418	1,49%	94
3.10.	Turističko-informativne aktivnosti	357.290	357.290	359.458	14,32%	101
4.	DESTINACIJSKI MENADŽMENT	208.375	148.610	150.156	5,98%	101
4.1.	Turistički informacijski sustavi i aplikacije /eVisitor	17.254	17.254	17.519	0,70%	102
4.2.	Stručni skupovi i edukacije	19.908	19.908	20.656	0,82%	104
4.3.	Upravljanje kvalitetom u destinaciji	22.563	22.563	20.832	0,83%	92
4.4.	Poticanje na očuvanje i uređenje okoliša	148.650	88.885	91.149	3,63%	103
5.	ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	80	120	120	0,00%	100
6.	ADMINISTRATIVNI POSLOVI	331.807	331.807	314.454	12,53%	95
6.1.	Plaće	252.173	252.173	245.453	9,78%	97
6.2.	Materijalni troškovi	53.089	53.089	56.568	2,25%	107
6.3.	Tijela turističke zajednice	26.545	26.545	12.433	0,50%	47
7.	REZERVA					
8.	POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE					
	SVEUKUPNO	2.577.225	2.594.400	2.509.459	100,00%	97

3	Prihodi	Plan 2023.	Replan 2023.	Realizacija 2023.
31	Prihodi od pružanja usluga	5.309	5.309	4.300
32	Prihodi od članarina	758.790	852.473	1.185.252
33	Prihodi po posebnim propisima iz ostalih izvora	1.194.505	1.194.505	1.317.125
34	Prihodi od imovine	3.982	3.982	3.983
35	Prihodi od donacija	530.891	534.017	497.101
36	Ostali prihodi	133	133	0
37	Prihodi od povezanih neprofitnih organizacija	3.981	3.981	3.500
522	Korištenje prenesenog viška prihoda	79.634	0	0
4	Rashodi	Plan 2023.	Replan 2023.	Realizacija 2023.
41	Rashodi za radnike	464.530	492.530	491.962
42	Materijalni rashodi	1.432.225	1.426.555	1.401.920
43	Rashodi amortizacije	13.272	10.272	9.189
44	Financijski rashodi	3.186	3.500	3.487
45	Donacije	663.614	653.360	594.732
46	Ostali rashodi	398	13	0
47	Rashodi vezani uz financiranje povezanih neprofitnih organizacija	0	8.170	8.169